

إشراف: الدكتورة مي العبدالله
الدكتور هيثم قطب

علوم الإعلام والإتصال في الوطن العربي

رؤية نقدية للتجربة البحثية

الملتقى الأول للرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال
المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم
الإنسانية والإجتماعية في الجامعة اللبنانية



د. طلال عتريسي
د. يامين بودهان
د. إبراهيم مارون
د. هاشم حسن التميمي
د. كريم بلقاسي
د. ياسر خضر البياتي
د. إبراهيم فواد خصاونة
أ. بن عمار سعيدة خيرة
د. انتصار رسمي موسى
أ. حفصة كوبيبي
د. أشرف فالح يوسف الزعبي
د. بشرى جميل الراوي
د. محمد محسن
د. ماجد تربان
أ. أليسار كازال
د. خلود محمد خميس
د. جاد ملكي
د. مصطفى غناو
د. العربي بو عمامة
د.ابن عميرة بلقاسم محمد الدقني
د. صالح أبو أصبع
د. عبد الرزاق الدليمي
د. نصير بو علي
أ. شريفة طبيب

علوم الإعلام والإتصال في الوطن العربي

رؤية نقدية للتجربة البحثية



دار النهضة العربية
بيروت - لبنان
منشورات: دار النهضة العربية
بيروت - شارع الجامعة العربية - مقابل كلية طب الأسنان
بناية اسكندراني # ٣ - الطابق الأرضي والأول

رقم الكتاب : 4530
اسم الكتاب : علوم الاعلام والاتصال رؤية نقدية للتجربة في الوطن العربي
المؤلف : أ.د. مي العبدالله
الموضوع : إعلام
رقم الطبعة : الاولى
سنة الطبع: 2016م. 1437هـ
القياس : 17 × 24
عدد الصفحات : 378

تلفون : 854161 - 1 - 961 +
فاكس : 833270 - 1 - 961 +
ص ب : 0749 - 11 رياض الصلح
بيروت 072060 11 - لبنان
بريد الكتروني: e-mail: darnahda@gmail.com

ISBN 978-614-442- 509-1

تقديم

في ملتقاه التأسيسي الأول، اختار القيمون على الرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال موضوعاً من موضوعات الساعة، وهو الرؤية النقدية للتجربة البحثية في علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي. وفي الحقيقة، هذا الموضوع فرض نفسه في عصر تغيرت فيه المعطيات المتعلقة بالبحوث بشكل عام. فمصطلحات ومفاهيم عدة استجدت في عالم البحث العلمي والمؤسسات الحاضنة له، فضلاً عن تقنيات جديدة وضعت بتصرف القيمين على إدارة الأبحاث وتنفيذها، الأمر الذي أسهم بفعالية في تعديل الموازين والأعراف في كافة ميادين المعرفة لصالح تطويرها وتعزيز شروط إنجازها وتقويمها ووضعها في التداول العام.

ونظراً لأهمية الموضوع المطروح، لم يتردد القيّمون على شؤون الإعلام والتعليم العالي وعلى رأسهم معالي وزير الإعلام اللبناني رمزي جريج، ومعالي رئيس الجامعة اللبنانية الدكتور عدنان السيد حسين، في توفير الدعم المعنوي منه والمادي لهذا الملتقى الأول من نوعه في المنطقة العربية الذي ضم نخبة من العاملين والعاملات في مجالات التواصل الإعلامي منه والمعرفي.

التجاوب الملحوظ الذي أبداه أهل المهنة، أكاديميين كانوا أم عاملين في الحقل الإعلامي بشتى تخصصاته، حدا باللجنة العلمية للملتقى أن تنخل بعناية عشرات الاقتراحات بالمشاركة التي وردتها من جامعات مرموقة ناشطة في معظم الدول العربية. فانتقت في ضوء ظروفها وإمكانياتها ما توافق منها مع أهداف الملتقى وتماشى مع محاوره واحترم خصوصيات الانتماء إلى مشرق الأمة ومغربها. وكي تُعطي بعض الزملاء الذين لم تتيسر لهم المشاركة في الملتقى فرصة للإدلاء بدلوهم في هذه الاجتماع العلمي، قررت نشر بعض مداخلاتهم النوعية.

لتلك الأسباب وغيرها فإن الكتاب الذي نقدمه إلى جمهور القراء والباحثين ليس مجرد أعمال لملتقى أكاديمي تقليدي، وإنما هو مجموعة أبحاث متجانسة وموثقة، تعرض آراء وتجارب قيمة ومعاصرة لباحثين وباحثات من ذوي السمعة الذائعة والخبرة الطويلة في ميدان البحث العلمي في الجامعات العربية.

ونذكر في هذا المقام ببعض المفاهيم التي ساهمت في توجيه معالم الملتقى الأول للرابطة وتحديد حيثياته:

الحَوْكمة[1] أو الحاكمية : وهو مصطلح جديد وُضِع في مقابل اللفظ الإنكليزي (governance) أو الفرنسي (gouvernance)، والحوكمة هي النشاط الذي تقوم به الإدارة. وهي تتعلق بالقرارات التي تحدد التوقعات، أو منح السلطة، أو التحقق من الأداء. وبات تقييم المؤسسات الجامعية خاضعاً لمعايير عالمية محددة من قبل مؤسسات رسمية وخاصة تعمل على تقويم الجامعات من خلال أدائها. وهذا الأداء لا يقتصر على التعليم ونوعيته وجدواه وارتباطه بمحيطه وبسوق العمل، وإنما على البحث العلمي ومكانته ونوعيته بالدرجة الأولى. وإذا ما نظرنا إلى تصنيف شانغاي العلمي للجامعات، لا نجد أياً من الجامعات العربية في الخمسمائة جامعة الأولى. ومن الملاحظ أن البحث العلمي لا يزال خجولاً في تلك الجامعات إذا ما قيست بالجامعات الغربية المتقدمة.

المعاهد العليا للدكتوراه : في كثير من الجامعات في العالم ولا سيما في الجامعة اللبنانية وجامعة القديس يوسف في لبنان، تم جمع الأطروحات المسجلة في اختصاصات متعددة لغرض الإفادة فيما بينها وفتح المسارات على بعضها. فعلى سبيل المثال لا الحصر، جُمعت الاختصاصات التي تدرس في كليات الآداب والإعلام والتربية والفنون الجميلة والعلوم الاجتماعية في المعهد العالي في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية في الجامعة اللبنانية. ومن المنوي أن تحتضن المعاهد العليا للدكتوراه مراكز بحثية تحتوي بدورها مختبرات يسجل فيها طلاب الدكتوراه ضمن فرق بحثية. تحدد هذه

1- للمزيد حول موضوع الحوكمة في الجامعات، هناك دراسة قيمة تحت عنوان : "حوكمة الجامعات ودورها في مواجهة التحديات. إعداد أحمد محمد أحمد برقعان وعبدالله علي القرشي، المؤتمر العلمي الدولي «عولمة الإدارة في عصر المعرفة»، 15-17 كانون الأول (ديسمبر) 2012. http://www.jinan.edu.lb/conf/MGKE/277/1.pdf

الأعمال أولويات البحوث العلمية مستندةً على حاجة المحيط ومتطلبات سوق العمل.

انفتاح المسارات: وهومفهوم يشجع على إنجاز أبحاث منفتحة على مختلف الاختصاصات البحثية. ففي إمكان البحوث الأدبية الاستفادة من علمي اللسانيات والمعلوماتية، كما بإمكان علوم الاتصال الاستفادة من علمي الاجتماع والإحصاء وغيرها.

وقد أثبتت جلسات العمل ونقاشات المؤتمرين والمؤتمرات أن الأفكار الكبرى والانشغالات العلمية المتصلة بشؤون الإعلام والتواصل في عالم اليوم باتت أكثر فأكثر مثار نقاش علمي مسؤول. فتجاوزت تخوم الجغرافيا، وفتحت المسارات العلمية الدقيقة الاختصاص على بعضها البعض، وأثبتت صوابية منطلقات عمل الرابطة وصدقية الشاغل الرئيس للملتقى.

ومن الإيجابيات التي انجلت عنها جلسات ملتقانا انضمام أعضاء باحثين وباحثات ذوي اختصاصات متباعدة في الشكل، ولكنها تتغاذى وتتداخل وتتفاعل في رؤيتها للمسائل التواصلية، وفي معالجتها لقضايا المعرفة المستدامة في مجتمعاتنا العربية من طنجة إلى مكة. من هنا شارك في الملتقى إعلاميون وفنانون وتربويون وأدباء وغيرهم. وبعد أن أدلى كل بدلوه، كان من السهل أن نعاين معا، وبالمباضع العلمية، الهموم المشتركة التي تشغل جمهور الباحثين والباحثات العرب في مختلف الاختصاصات في زمن العولمة الطاغية وفي ظل تعاظم تأثيرات تكنولوجيا المعلومات.

الشراكة الجامعية: وهي تتطلب حدا معينا من المفاهيم والمعايير المشتركة بين الجامعات المتعاونة فيما بينها. وقد هدف ملتقانا الأول إلى عرض السياسات والمفاهيم البحثية المتداولة في مختلف الأقطار والجامعات العربية لرصدها ومقاربتها على ضوء المتغيرات البحثية في العالم. وعليه قررنا تقسيم أعمال الملتقى كالآتي :

1 ـ قسم نظري

2 ـ قسم التجارب

3 ـ التقارير.

جمعنا في القسم النظري المداخلات التي ألقت الضوء على النظريات الحديثة والآراء الخاصة للباحثين.أما في القسم المخصص للتجارب فقد جمعنا التجارب العائدة لبعض

الأقطار و/أو الجامعات العربية كالجزائر والأردن ولبنان. وفي القسم الثالث والأخير وضعنا تقارير المندوبين عن مختلف الدول. وهدفت تلك التقارير لرصد الواقع في بعض الدول ومعرفة ارتقابات الباحثين فيها.

وعلى أمل أن تكون هذه المداخلات والتقارير اللبنة الأولى في انطلاقة الرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال لتحقيق أهدافها السامية الهادفة إلى توحيد الجهود في العالم العربي من أجل العمل على توفير بيئة بحثية ذات نوعية تخوله أن يكون ذا مكانة في مصاف الأبحاث المدرجة عالمياً، نتمنى أن يلقى هذا المؤلف البحثي اهتمام الزملاء والزميلات الذين تباسطنا وإياهم على مدى أيام أوضاع البحث العلمي في عالم اليوم، وتوافقنا على الاستمرار قدما في العمل المشترك لترسيخ معالم جودة الأداء ورصانة المعالجات في كل ما يمت بصلة لعوالم البحث والتأليف والنشر والإعلام بلسان الضاد المبين.

د. مي العبدالله

د. هيثم قطب

ملاحظة: في ما يخص تدوين الهوامش والمراجع، تركنا لكل باحث حرية الاختيار بين المدارس المنهجية المختلفة وذلك لاعتماد الرابطة مبدأ تعدديّة المناهج البحثية العلمية.

اشكاليات البحث في علوم الاتصال

د.طلال عتريسي

عميد المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية /الجامعة اللبنانية

فرضت وسائل التواصل الحديثة نفسها على معظم الباحثين في العلوم الانسانية، بحيث بات من الصعب دراسة ما يحصل في هذا المجال من دون الاستعانة بعلوم النفس والاجتماع والتربية، أو غيرها من العلوم. فقد بات استخدام هذه الوسائل سهلا" ويسيرا"، ولا يحتاج الى ثقافة خاصة، ولا الى معرفة متخصصة. كما باتت هذه الوسائل في متناول الاعمار كافة، والطبقات الاجتماعية المختلفة من دون استثناء. كما بات حضور هذه الوسائل واستخدامها، لا يخضع الى أي شروط لا في الزمان ولا في المكان.

لذا وفي هذا الاطار من الاهتمام البحثي الاعلامي بهذه الوسائل نرى ان من الممكن طرح الإشكاليات التالية:

الإشكالية الاولى:

لقد تطور استخدام وسائل الاتصال بشكل غير مسبوق في السنوات الماضية. ولكن هذا التطور لم يترافق مع تطور مواز على المستوى المعرفي لدى المستخدمين. مايطرح السؤال حول هذا التفاوت بين الاستخدام الافقي وبين المعرفة العامودية، وحول مستقبل هذا التفاوت على المعرفة؟

الإشكالية الثانية:

أثرت وسائل الاتصال بشكل واضح على مستوى الحراك الاجتماعي السياسي في أكثرمن تجربة معاصرة في بلدان مختلفة. ولكن هذا التأثير لا يبدو واضحا" على المستويات المعرفية الفكرية. لا بل ثمة من يلاحظ ان هذه الوسائل أثرت سلبا" على تحصيل المعرفة بعدما تحولت هذه المعرفة الى مجرد نقل واستنساخ ما تحويه تلك الوسائل.

الإشكالية الثالثة:

من الايجابيات المفترضة لتطور وسائل الاتصال توفير الوقت لاستخدامه والاستفادة منه في اغراض أخرى .لكن ما حصل واقعيا" هو شعور الانسان الدائم بأنه لا يمتلك الوقت الكافي للقيام بما يريد ،أوبما يحب القيام به، فتراجعت علاقته مع الأخرين وازداد عزلة. فكيف يمكن تفسير هذا الامر والتعامل معه على المستويات الاجتماعية والانسانية؟

الإشكالية الرابعة:

ان سهولة استخدام وسائل الاتصال يعطي فكرة مضللة عن سهولة ما يجري في الحياة، وهذا مخالف للواقع لأن هذه السهولة غير موجودة في حياتنا الحقيقية.

الإشكالية الخامسة:

ان استخدام التقنيات الحديثة لم يوحد الثقافات خلافا" لكثير من الفرضيات التي انتشرت قبل بضعةعقود، والتي تحدثت عن ثقافة عالمية واحدة . والذي حصل هو العكس تماما"، فقد باتت هذه التقنيات احد أهم وسائل نشر الكراهية والتعصب الثقافي والديني والسياسي.

الإشكالية السادسة:

من مميزات وسائل الاتصال الحديثة السرعة. وهي في تغير مستمر يكاد يصعب اللحاق به. والسؤال هو كيف تستقيم مبادئ السرعة مع تقديم الافكار وتحصيل المعرفة؟

خصوصا" وان المعرفة تكتسب ببطئ ولا تخضع لضغوط الوقت كما هو حال وسائل التواصل الحديثة...وكيف نحل هذه المشكلة في التعارض بين تزامن الاتصال مع السرعة والتفكير مع البطء والروية؟

تلك هي بعض الإشكاليات التي تواجه من يهتم اليوم بهذا التطور السريع في وسائل التواصل. هذا التطور الذي غير الكثير من انماط الحياة والتفكير، و أثر في طبيعة وشكل العلاقات الاجتماعية، وفي علاقات الانسان مع نفسه ومع الآخرين.

I-علوم الإعلام والاتصال
بين المعوقات المنهجية والإبستيمولوجية

الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث الإعلام والاتصال[1]

د.مي العبدالله رئيسة الرابطة
المعهد العالي للآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية/ الجامعة اللبنانية

تمهيد

يميز العلماء شكلين أساسيين للاتصال الإنساني، وهما الاتصال المباشر الذي يقتضي وجود شخصين أو أكثر في مكان واحد وزمان واحد، والاتصال عبر الوسائط الذي يقصد به كل أشكال الاتصال التي ترتكز على وسيط تقني. وتشكل وسائل الاتصال الجماهيرية الكبرى كالصحافة والراديو والتلفزيون والأنترنت أهم الركائز لهذا النوع من الاتصال الإنساني.

والاتصال الحديث عبر هذه الوسائل يرتبط بالأساس بهدف سياسي : وهو تنظيم «مساحة عامة» لمناقشة المصالح العامة والخاصة. لكن هذه الرسالة المثالية تصطدم بمنطق اقتصادي يعيد طرحها. من هنا ينشأ تناقض يفسّر المواقف والخطابات المتضاربة بعنف، التي يخلقها منذ نشأته هذا الشكل للاتصال الإنساني.

الاتصال عبر الوسائل الإعلامية هو في أساسه ثمرة وظاهرة لحرية أساسية : حرية التفكير وحرية التعبير، وقد فرضت نفسها بصعوبة ضد قوى تحاول منعها أو السيطرة عليها أو إفسادها.

أ – البدايات الأولى:

في قلب الحياة العامة للمجتمعات الديموقراطية التي مازالت في بعض الأحيان مقموعة ومقيدة من قبل الممارسات السياسية، ظهرت وسائل الإعلام والاتصال حديثاً في التاريخ

البشري. أول الصحف كانت صحف المناسبات منذ ظهرت الصحافة المنتظمة في القرن السابع عشر ثم في البلدان الأوروبية الرئيسية حين ظهرت أول صحيفة يومية في إنكلترا في القرن الثامن عشر.

وشهد قرن الأنوار نضالاً صعباً من أجل «حرية الصحافة»، وتقدمت بريطانيا العظمى في هذا المجال (محو الإذن المسبق في 1695 ثم إعلان الـLibel Act في 1792).

في فرنسا اصطدمت حرية الصحافة خلال القرن التاسع عشر بنظام رقابة ثم إنذار خلال الامبراطورية الثانية. ولم تكرس إلا في نهاية القرن التاسع عشر مع قانون 29 تموز 1881.

ورغم تطورها في ظروف صعبة، كانت وسائل الإعلام والاتصال منذ القرن الثامن عشر، موضوع مجموعة من الخطابات "المتفائلة" التي تمتدح إيجابياتها وميزاتها. والصحافة المكتوبة التي يطلق عليها اليكسيس دوتوكفيل لقب "الأداة الديموقراطية للحرية"، تستمر في الظهور كأداة اساسية لتقديم الأفكار ومناقشتها بحرية.(2)

بدأت المواقف الناقدة لوسائل الإعلام والاتصال منذ القرن السابع عشر بقلم بعض الكتاب مثل لافونتان La Fontaine الذي يعتبر أن كل "صانع للصحف هومحتال "doit tribut au malin"، وازداد النقد في القرن التاسع عشر عندما افتضح أكثر فأكثر احتيال أصحاب الصحف وأدينت عدم مسؤولية الصحافيين الذين كما يقول بلزاك Honoré de Balzac "بالنسبة إليهم كل ما هو ممكن هو واقعي".

وعندما ظهر البث الإذاعي في القرن العشرين (1920) وبعده التلفزيون (1945) كان حاملا للآمال، وبحكم تأثيرها الجماهيري أعطيت لهذه الوسائل سلطات أخرى إيجابية للمصلحة العامة، بحسب المراحل التاريخية والظروف : "دمقرطة" الثقافة، توسيع النقاش العام، وحديثا تصليح أشكال مختلفة للخلل الاجتماعي.

وتنتقل الإنتقادات إلى القرن العشرين حول مسألة تأثيرات نشاط وسائل الإعلام والاتصال. منذ الثلاثينات تجد هذه الوسائل نفسها متهمة بكونها أدوات خطيرة للتلاعب بالجماهير. وفي هذا الصدد يدافع جاك الول Ellul عن أطروحة أن "الراديو والتلفزيون" ممكن أن يوضعا في خدمة شكل من أشكال "الاغتصاب النفسي" viol psychique

للأفراد. ويؤكد باحثون آخرون من جهتهم على التحولات الثقافية التي أحدثتها وسائل الإعلام والاتصال التي، وهي تلغي المعايير والقيم، تأتي "بثقافة متوسطة"، أو "مركّبة" mosaique. وحديثاً، فإن تسريع الوقت الاتصالي وتعميم الاتصال بالشبكات، يدفع بباحثين آخرين مثل Jean Baudrillard بأن ينبّهوا إلى حالة "النقل خارج الواقع" déréalisation التي يبعث إليها الأفراد والجماعات تدريجياً في مجتمعاتنا التي تصير أكثر فأكثر مجتمعات "اتصالية".[3]

ب - رهانات اقتصادية :

ومصدر هذه الأحكام المتضاربة المتعلقة بهذا الشكل الاتصالي الاجتماعي الجديد، هو التوتر القائم المستمر بين الرهانات الاقتصادية والرمزية التي هي في قلب النظام الاتصالي. فالثورة الصناعية التي حدثت في القرن التاسع عشر أعطت في الواقع للاتصال عبر الوسائل الجديدة بعداً استراتيجياً للتطور الاقتصادي للمجتمعات الغربية، إذ ظهرت في حينها كوسيلة مقررة لتحول طرق التفكير، يجب أن تتكيف مع بيئة جديدة، وممارسات استهلاكية يجب أن تتزايد لتطوير الاسواق.

وهي تظهر من جهة ثانية كشرط أساسي لسير النظام النقدي الذي يوجب إيجاد نظام معلوماتي معقد يمكن من أخذ القرارات بسرعة وجرأة. ويرتاد الاتصال الاجتماعي «قيمة تجارية»، valeur marchande بعد أن أصبح ضرورياً لمجمل الفئات الاجتماعية، إذ تديره آليات تجارية موجودة حتى في مؤسسات تابعة للقطاع العام. والمؤسسات الاجتماعية التي ترتكز عليها هذه الوسائل هي مؤسسات تطلق منتوجات خاضعة لشروط السوق والمنافسة. وللصناعة الثقافية هذه يوجد رهانات اقتصادية هامة تبيّنها الحركات الثابتة والمستمرة لإعادة التنظيم التي نلاحظها في هذا القطاع (إعادة شراء المناصب، تحالف بين تجمعات..).

وأهمية الفوائد المتوفرة في الاتصال عبر الوسائل تفسر بحقيقة أن الاتصال مشارك في الثقافة الجماهيرية. فالصحافة المكتوبة والوسائل السمعية البصرية تتميز بنشر الصناعة الثقافية. وهي لا تتكون من أعمال فردية، بل هي منتجات تسلسلية منشورة بطريقة منتظمة (في الصحافة) ومتواصلة (راديو، تلفزيون). ووسائل الاتصال الجماهيرية

يمكنها هكذا أن تجمع بصورة دائمة جماهير غير مستقرة، تشتريها مؤسسات تقوم بمساهمات إعلانية. وهنا يجب التمييز بين ثلاثة عناصر في الإنتاج الاتصالي[4] :

- المعلومات الإخبارية بمعنى الكلمة : الصفحات التحريرية في الصحف والبرامج الإخبارية، والإعلان (صحفات الإعلانات في الصحافة المكتوبة والدعايات في الراديو والتلفزيون). إلى هذه يجب إضافة «مواد التسلية» بالنسبة للوسائل السمعية البصرية.

هذه العناصر الثلاثة تنتمي في الواقع إلى سوقين مختلفين : سوق المستهلكين أو المستخدمين، وسوق المعلنين. لكن هذين السوقين هما في الوقائع مرتبطتان كثيراً، فكلتاهما يحركهما البحث عن أكبر جمهور ممكن. وتطور وسائل الاتصال بالتالي هو مرتبط إلى حد بعيد بتطور الإعلان الذي بدأ منذ القرن التاسع عشر.

وتأتي مع هذين الوجهين الرئيسين للنشاط الاتصالي أيضاً مجموعة من الرهانات الرمزية. فإعلام وإعلان هما ساحات لإنتاج خطابات. وهما يرتكزان على أنواع مختلفة من الأدوات الخطابية (لغة كلامية، صورة، رموز، حركات..). فالخطاب الإعلامي والخطاب الإعلاني يتبعان إخراج ظواهر آنية من الأحداث الآنية كما من الخيال المركب. والمضامين الإعلامية كالمضامين الإعلانية تبنى على مجموعة من الخيارات القابلة للنقاش التي تستخدم شكلاً كلامياً أو مرئياً. هذه المواقف تساهم في ترويج صور ذهنية لدى الأفراد، مبنية على شكل تصورات جماعية. هذه التصورات وهي تؤثر في الأفراد مثل «فلترات»، تشكل أدوات لفهم الواقع، وهو يفهم عبر هذه الوسائط بشكل عنيف أو عقلاني.

ووسائل الاتصال تساهم، وهي تحرك انتقال هذه التصورات عبر العالم الاجتماعي، في تحديد أنظمة القيم والعقائد التي تسود كقواعد ثابتة لجماعات (وطنية، محلية، مناطقية..). إن تطور بعض الوسائل العابرة للقارات والحدود، وهو يعتبر مهدداً لهوية بعض التجمعات الثقافية، يمكن أن يتسبب في نشوء صراعات وتبني إجراءات تنظيمية (مثل التلفزيون الفضائي أو الأنترنت سنة 1992).[5]

ويفسر تأثير وسائل الاتصال في مجالات المرئي والمسموع التحفظات القديمة لعالم التربية تجاهها، وحديثاً يتم تنظيم برامج للتربية وللتعليم على حسن استخدام وسائل الإعلام والاتصال.

من جهة أخرى، يبقى التعبير عن الآراء أمام الجمهور العام إحدى وظائف الصحف الكبرى الأساسية.

لكن هذا الهدف الوطني هوايضاً معلن عنه من قبل الوسائل السمعية البصرية التي تتابهى بليونتها وسهولة استخدامها منطلقة من فشل أو تقصير المؤسسات، فإن الإذاعة والتلفزيون يتوليان أكثر فأكثر تنظيم النقاش العام، وهما يدعمان خطابات الأقليات. فوسائل الاتصال نتيجة هذه الرهانات كلها، هي موضوع لأشكال متعددة للتنظيم من قبل السلطة العامة، وأيضاً لمحاولات السيطرة عليها من قبل القوى الاقتصادية.

وتفرض السلطة العامة قيوداً على حرية الاتصال، باسم اعتبارات تتعلق بالسلامة العامة (استقلالية، أمن عام.) والخاصة (حق الأفراد). في مجال المرئي والمسموع هي غالباً في أساس إنشاء قوى مسيطرة ومنظمة (المجلس الأعلى للمرئي والمسموع) تسهر على احترام بعض القواعد المتعلقة بالمضامين (عنف، أفلام جنس، وأيضاً اتزان الوقت المخصص للسياسة والإعلانات)، وعلى إعطاء الترددات وأيضاً على الحل من ظواهر التكتل.[6]

وأخذاً بعين الاعتبار ازدياد تكاليف إنتاج الإعلام، يخضع عدد كبير من المؤسسات الإعلامية الحساسة لسيطرة التجمعات الكبرى العالمية والمتعددة الوسائط (صحافة مكتوبة، إذاعة، سينما).

وينعكس الاتجاه المتزايد لهذا القطاع الاقتصادي إلى التصنيع بصورة أعم في ظاهرة تسويق الاتصال عبر الوسائل، وتطبيق أساليب التسويق في فكرة وانتشار منتوجات معممة في كتابتها وفي شكلها.

ويميل المنطق التجاري الذي يسود في أساس تطور هذا النشاط الاجتماعي، أكثر فأكثر إلى فرض قانونه على المثال السياسي الذي هو في أساسه.

ت ـ وسائل الاتصال والفكر السياسي:

إذا أرادت الدولة أن تضع إطارا لوسائل الإعلام والاتصال، عليها أن تفعل ذلك بطريقة ديموقراطية في إطار منظمات غير خاضعة للضغوطات السياسية (مثل المجلس الأعلى للإعلام) يؤمن تعددية الإعلام ومسألة الاستخدام وموضوعية الصحافة وهذا الأمر

مبرر خصوصاً فيما يتعلق بالأنترنت الذي يمكن من زيادة مساحات ومجالات الحوار العالمية، ويفتح آفاقاً جديدة لحرية التعبير كما يحمل إمكانات كثيرة لنشر الاشاعات وتشويه الحقائق ونشر الفساد والمضامين الخطيرة الضارة.[7]

على وسائل الاتصال أن تحترم خيارات وتوقعات المواطنين. هي لا تستطيع أن تمتنع عن ذلك بصورة نهائية، فيوجد هكذا لعبة ثلاثية بين رجال السياسة والرأي العام ووسائل الاتصال : وسائل الاتصال تعكس الظواهر الاجتماعية بقدر ما تشكلها. كما أن الجمهور هو مقياس للنجاح وبيده أن يحدد البرامج المقترحة.

لذلك لا يجب أن نبالغ في تقدير دور وسائل الإعلام والاتصال، فالانتخاب مثلاً لا يرتبط فقط بهذا الدور وإنما بشروط أخرى اجتماعية اقتصادية. لا يجب أن نستسلم للوسيلة ونصدق الحقائق التي تعكسها، فطريقة الاستخدام ودور الجمهور أساسيان لمقاومة تأثير وسائل الاتصال ومن هنا أهمية أن نتعلم كيفية فهم الرسائل ومشاهدة التلفزيون وقراءة الصحيفة.[8]

لقد ظهرت شبكة الأنترنت لرغبة في الاتصال بشكل أسهل وأسرع ولذلك فهي تشكل مساحة واسعة للحوار، وهي تسمح بفضل البريد الإلكتروني وإمكانيات المحادثة أن تتواجه وجهات النظر وتتبادل المعلومات.

إنها تساهم في الاستعلام الأفضل عن المواطنين وفي شفافية العمل العام، عبر نشر معلومات إدارية مثلاً وعبر البرامج السياسية للأحزاب، الخ.

تمهد شبكة الأنترنت لتفاعل أكبر بين الحاكمين والمحكومين، فالإحصاءات الإلكترونية تسمح بأن يعرف المنتخبون ما يتوقعه منهم المنتخبون وردات فعلهم، ويمكن أن نتصور أن الأنترنت هي الأداة الحديثة للمشاركة في العملية القضائية والنقاشات المفتوحة في البرلمان أو إرسال الاقتراحات للبرلمانيين.

وتسهل الأنترنت في بعض الجوانب الأعمال المشتركة الجماعية فيسمح لأفراد متباعدين يتشاركون بنفس الأفكار أن يتواصلوا ويوحدوا جهودهم. وما زال استخدامها مخصصاً لنخبة تملك إمكانيات مالية وعلمية متفوقة، وتتواصل بشكل دائم بفضل إمكانيات تقدمها الحكومات أو صانعو الحاسوب أو موزعو الخطوط لجمهور مستخدمي الأنترنت...

ويمكن لشبكة الأنترنت أن تكون وسيلة للتعرض إلى الحياة الخاصة للأفراد، فرغم السرية والقيود والإجراءات الاحتياطية لايزال بإمكان بعض الأفراد المتمكنين من تقنيات الأنترنت من الدخول إلى الملفات الخاصة، والحصول على المعلومات الشخصية، وحتى إرسال الأمراض التي تصيب الملفات والمعلومات، وحتى نشر معلومات ودعايات خاطئة أو التعرض للأفراد أو الشركات...

يمكن أن تكون شبكة الأنترنت وسيلة لنشر أفكار وأعمال تتناقض تماماً مع الأهداف الديموقراطية، كمواقع تشجع العنصرية أو التعصب أو تحمل أهدافا سياسية مناقضة للديموقراطية، أو تروج للحق والحروب أو تساعد بعض الأطراف على تحكيم سيطرتها على الناس. وحتى إنه في بعض الدول تعمد الحكومات إلى منع الدخول إلى مواقع تعتبرها مؤذية، مثل الصين وسنغافورة حيث تعتبر المواقع المناصرة للغرب مؤذية.

إن وسائل الاتصال الحديثة لاسيما التلفزيون المباشر والأنترنت بإمكانها أن تسهل المشاركة بين الناس وإشراك المواطنين بالقرارات العامة والجدل السياسي القائم.

إلا أن ديمقراطية الأنترنت يمكن أن تكون مجرد وهم، وتكاثر المواقع وحركة النشر والتعبير لا تعني بالضرورة ديموقراطية الأهداف والممارسات ولا تعني تغييرا في هيكلية السلطة.

بالنهاية لا يجب أن تكون شبكة الأنترنت دون رقابة ديموقراطية فهي حين تتجاوز الحدود تطرح مشكلة الرقابة، فتحاول لذلك اليوم بعض المواقع ومراكز التوزيع والأوساط السياسية الوطنية فرض قانونها بواسطة منظمين يتابعون التطورات التكنولوجية ويحاولون مراقبتها وسن القوانين العالمية لها.[9]

ث ـ ربط وسائل الإعلام بالديمقراطية:

بناء على ملاحظة أن الديمقراطية قد تطورت بموازاة تطور وسائل الاتصال، لا يتردد بعض الباحثين من تأكيد وجود علاقة بين الظاهرتين، وهم يعرّفون الديمقراطية «باحترام عدد من الحريات الأساسية مثل حرية التعبير وحرية الإعلام». ومن جهة ثانية بوجود عدد من الميول الفكرية للصحف وهذا ما يطلقون عليه «التعددية»(الخط - اللون).

يقول فويان: «من الواضح جداً أن الحرية في مجال الصحافة تواكبها الديموقراطية السياسية لأنه لا يمكن فرضها الواحدة بدون الأخرى، والواحدة لا تعمل بدون الأخرى. الاثنتان ركيزتا هيكل واحد، مبني من قبل المهندسين أنفسهم، ومرتبطتان الواحدة بالأخرى، من يهاجم الواحدة أو يشكك بها يهاجم الأخرى أيضاً. الحرية هي وحدة لاخيار فيها : نقبل بها أو نرفضها.» (10)

ويقول فولتون : «في تاريخ الديموقراطية لم يكن من الممكن تفريق» صحافي – سياسي «طالما أن وجود رجال السياسة البطيء والصعب قد تحقق من خلال نضالهم للانتخابات والديموقراطية بالمساندة المباشرة للصحافة». (11)

بعض المراقبين يعتبر أحياناً أن وسائل الاتصال قد أصبحت مشاركة كلياً في اللعبة السياسية وهي تحتل فيها مكانة هامة جداً. اعتدنا مثلاً على التأسف لأن مركز الحياة السياسية قد انتقل من البرلمان والحكومة إلى ساحات التلفزيون أو استوديوهات الإذاعة لمصلحة «السياسة –المسرح»، مما يمنع طرح المشاكل الحقيقية وحلها بالاستعانة بالعقل (ولكن ألا يملك كل واحد منا تصوره الخاص لما هو عقلاني ؟). (12)

الفرضية التقليدية لهذه العلاقة المتينة التي تسمح بوصف هاتين الوحدتين بمتشابهتين تقضي من البداية بتبني أربع عمليات قد قلبت المجتمعات الصناعية : أولاً حضارة التقاليد التي خففت اللجوء إلى العنف الجسدي والكلامي في معالجة الخلافات العامة والخاصة (ضبط التهيجات تحت تأثير احتكار العنف من قبل الدولة)، ثانياً التدني التدريجي لنسبة الأمية بفضل التعليم الإجباري، ثالثاً التطور الاقتصادي الذي سمح بارتفاع القوة الشرائية للعائلات والوقت المخصص للترفيه، ورابعاً انقسام متزايد للعمل الاجتماعي (تخصص المهام التي كان يقوم بها إنسان واحد وظهور مهن جديدة مكلفة بالقيام بأعمال معينة ومحددة سلفاً).

وأصبح من الممكن التساؤل إن كان الظهور المتوازي للديموقراطية والصحافة يترجم كعلاقة بديهية أو كنتائج اجتماعي لهذه الظواهر الأساسية الأربع. لقد باتت كلمة «تشابه» تحيلنا إلى حالة سابقة لتقسيم العمل الاجتماعي حيث المهام كانت مختلطة ولم تكن مميزة بعد.

هذه المقاربة تحاول الخروج من الأزمة بإعطاء المرونة لنماذج متناغمة في الاهتمامات

العملية والفكرية والأخلاقية، كالنضال ضد الدول الدكتاتورية، وتسهيل الانتقال الديموقراطي، والحكم على نسبة الديموقراطية في كل نظام، ومعالجة الدكتاتوريات المتمردة بوصفات علاجية، والفصل بين النزعة الديموقراطية والـدكتاتورية. وهي تخرج عن التعريف التقليدي للديموقراطية على أنها مواجهة للأنواع الأخرى من الأنظمة، من دكتاتورية واستبدادية وسلطوية...[13]

وللمساعدة على البناء العلمي للمشكلة قرر العلماء إبراز التعريفات الخمسة للديمقراطية الأكثر انتشاراً. وقد وضعوا رسماً تحليلياً للعلاقات بين الإعلام والسياسة، يسمح لنا ان نفهم معنى كلمة «ديمقراطية»، والهدف هوتوضيح الاستخدامات المختلفة للكلمة دون تحديد تعريف واحد.[14]

وجرت محاولات لتتميز المقاربات الأساسية للدور الديمقراطي للإعلام، بحيث وضعت مقابلة بين ثلاثة ابعاد للعلاقة صحافة - سياسة، عرضت على مراحل ثلاث :

1) تعريفات الديموقراطية التي تسمح بتبرير توزيع أدوار الإعلامي ورجل السياسة.

2) المطالبة بدور ديموقراطي للصحافة المكتوبة والسمعية البصرية.

3) أنواع العلاقات بين الصحافة والسياسة بحسب التركيبات الاجتماعية والفكرية المميزة لقواعد اللعبة.

إن جولة سريعة في الفكر الاتصالي تسمح لنا بحصر النماذج الخمسة للدور الديمقراطي لوسيلة الاتصال: منبر حر، عضو حزبي، قطاع عام، تعبير حر، مواجهة للسلطة.

نتكلم هنا عن بناء فكري لايتفق عليه بالضرورة كل الباحثين. بركوف وهوثان يطالبان مثلا بالدور الديموقراطي للقطاع العام دون أن يعطياه نفس المعنى، وماثان يعلمنا بأنه من المألوف تسمية "تحررية" اتجاهين مختلفين لهما نتائجهما على دور الإعلام في الديموقراطيات "الحرة": حرية التعبير (نظرة فردية) ومواجهة السلطة (نظرة عامة).[15]

وتختصر النماذج الخمسة تعريف الديمقراطية: 1- مشاركة، 2- منافسة، 3- تمثيل، 4- تنظيم، 5- تحديد .[16]

إن نسب دور ديموقراطي لوسيلة الاتصال يبرر الخطوة التي تقتضي بمعرفة إلى

أي تعريف أو تعريفات للديمقراطية نعود، فلكل نموذج للديمقراطية نموذج للدور الديموقراطي للاتصال يقابله. ويجدر بنا أن نحدد هنا أن المنظور لايراه المدافعون عنه نموذجيا، يعني لغاية معرفية، ولكن كمثال للإدراك ونموذج للاتباع ومثال للتقليد، ومن يدعمون بالمقابل هذا النموذج أو ذلك يميلون إلى رفض شرعيته واعتباره كعدو يجب القضاء عليه، أو حظر يجب استدراكه، ببساطة كهدف يصوّب عليه.[17]

إلا أن هذه النماذج الاتصالية هي بعيدة عن التساؤل حول معنى «الديمقراطية»، ويمكن في الواقع حصرها باثنتين: من جهة صحافة الرأي والعلاقات العامة التي تجمع النظرة الدعائية (عضوحزبي)، ومن جهة ثانية الصحافة التجارية ووسائل الإعلام السمعية البصرية الجماهيرية التي تجمع مؤسسات الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية الموجهة نحوالجمهور (حرية التعبير).[18]

هذا المخطط الفكري يقدم شبكة للتحليل أبسط من التي يقدمها دافدسون الذي يميز أنظمة ثلاثة كبرى للاتصال : دول ديمقراطية، دول شيوعية ودول نامية، أو سيبرت وبترسون وشرام الذين يصنفون الأنظمة الاتصالية في أربع نظريات : سوفياتية - شيوعية، تحررية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية. من جهته يميّز بيار البير نموذجين للأنظمة الإعلامية : النموذج الاستبدادي للقطاع العام، حيث الإعلاميون هم مستوطنون، والنموذج الليبرالي للسلطة الرابعة، حيث الإعلاميون هم مستقلون عن السلطة العامة: «إن كانت الانظمة المتعددة تحتوي على متغيرات عديدة، فلا يمكن أن نرى إلا نموذجين اثنين مرجعين» .[19]

وقد بنى كوران أيضاً نموذجه الخاص على قاعدة ثلاثة وظائف ديمقراطية للنظام الاتصالي : حوار عام، وكالة للتمثيل، وتحقيق الأهداف العامة للمجتمع [20]. ولكنه يقترح أخيراً مخططاً يميز أربع مقاربات: تحررية، ماركسية ناقدة، شيوعية وراديكالية ديمقراطية، ويحددها في زوايا مختلفة : قطاع عام، دور سياسي لوسائل الاتصال، نظام إعلامي، قاعدة إعلامية، ترفيه وتجديد.[21]

من هنا، فالعلاقات بين الجهات السياسية والجهات الإعلامية هي في الواقع أكثر تعقيداً، وهذا ما يجعل الفرصة كبيرة لأن يكون تعريف "الإعلامي المتخصص" موضع صراعات، ويمكنها أن تبقى سجينة مثاليات خاصة بالمنظرين، وبأن تميل نحوالبحث

عن "الصفات النفسية" التي من المقترح أن تميز الإعلاميين، أو نحو "المحاولة النفسية الاجتماعية".

وبما أن الإعلام يعتبر منبراً سالكاً في متناول الكل، لايملك المحررون أي سبب للوجود، ولا نستطيع ان نتكلم عن علاقات اجتماعية منتظمة بين النخبة والمحررين[22] ولكن لا شيء يبرر في هذه الحال وجود فئة تملك الاحتكار والسيطرة على التعبير في الإعلام.

يحدث أن نذهب أبعد من ذلك بتنظيم منابر عامة حيث يستطيع المواطنون، بوجود متدخلين متخصصين ومنتخبين، اقتراح حلولهم وهي أحياناً منقولة على التلفزيون أو على الراديو بحيث يلعب الإعلاميون دوراً سطحياً مكتفين بإعطاء معلومات واقعية أو بإشارة تساؤلات معينة، وهذا يعني الحفاظ على مستوى من الحوار يسهل التبادلات بدل استخدام التأثيرات الشفهية.[23]

ج- «الإعلامي المتخصص»:

بالنسبة لأجيريس يمكن تمييز ثلاث فئات مهنية : الإعلامي التقليدي المنشغل فقط بالوقائع وقاعدة الخمس، والإعلامي الباحث الذي يحاول الذهاب أبعد من الواقع السطحي لكشف أسباب الأحداث، والمحقق الناشط الذي يعتبر الإعلام وسيلة لبلوغ الغاية وتغيير العالم بسرعة. وحسب جانوفيتز يوجد ثقافتان ثانويتان داخل عالم الإعلام الحالي: الإعلاميون النقاد والملتزمون والذين يدافعون عن الأخلاقيات، أعداء فكرة استحالة بلوغ الموضوعية، والصحافيون الذين يدعمون ضرورة تفريق الوقائع والأراء، وهم مقتنعون بأنه يمكنهم تصنيف ونشر ما هومهم.

شودسون من جهته أبرز سبعة أهداف للإعلام في النظام الديمقراطي، ويقول إن هذه الأهداف يمكنها أن لا تكون متكاملة فيما بينها : إيصال الأخبار للناس بشكل صحيح وكامل، يسمح لهم باتخاذ قرارات عاقلة كمواطنين، أو تأمين محيط متجانس لمساعدة الناس على فهم عالم السياسة المعقد... لعب دور الوكيل لتطلعات المجموعات الاجتماعية المختلفة، أو تأمين الأخبار التي ينتظرها الشعب تبعا لقوانين السوق... تمثيل الجمهور والتكلم من أجله وباسم المصلحة العامة للسيطرة على الحكم، إثارة التعاطف وتأمين فهم

معمق لوضع الناس الآخرين في العالم، أو تأمين ساحة للحوار بين المواطنين، ليس فقط لإعلامهم بآلية القرار ولكن أيضاً لجعلهم يشاركون فيها...

أخيراً يعتبر «ماكيل» أنه يوجد ست «نظريات منظمة» لوسائل الاتصال: الحق بالوصول إلى وسائل الاتصال للأفراد والجماعات، غياب الرقابة البيرقراطية أو الحكومية، توجيه وسائل الاتصال قبل كل شيء نحوالجمهور، وجود وسائل اتصال خاصة بكل مؤسسة أو مجموعة من الناس، وأخيراً الأشكال الاتصالية التفاعلية والمشاركة(1987).[24]

من هنا، فالعلاقات بين الجهات السياسية والجهات الإعلامية هي في الواقع أكثر تعقيداً، وهذا ما يجعل الفرصة كبيرة لأن يكون تعريف "الإعلامي المتخصص" موضع صراعات، ويمكنها أن تبقى سجينة مثاليات خاصة بالمنظرين، وبأن تميل نحو البحث عن "الصفات النفسية" التي من المقترح أن تميز الإعلاميين، أو نحو "المحاولة النفسية الاجتماعية".

وبما أن الإعلام يعتبر منبراً سالكاً في متناول الكل، لا يملك المحررون أي سبب للوجود، ولا نستطيع أن نتكلم عن علاقات اجتماعية منتظمة بين النخبة والمحررين.[25] ولكن لا شيء يبرر في هذه الحال وجود فئة تملك الاحتكار والسيطرة على التعبير في الإعلام.

يحدث أن نذهب أبعد من ذلك بتنظيم منابر عامة حيث يستطيع المواطنون، بوجود متدخلين متخصصين ومنتخبين، اقتراح حلولهم وهي أحياناً منقولة على التلفزيون أو على الراديو بحيث يلعب الإعلاميون دوراً سطحياً مكتفين بإعطاء معلومات واقعية أو بإشارة تساؤلات معينة، وهذا يعني الحفاظ على مستوى من الحوار يسهل التبادلات بدل استخدام التأثيرات الشفهية[26].

في النموذج الحزبي يقيم محرروصحف الرأي مع المنتخبين علاقات تبادلية ترتبط كثيراً بمواقفهم وتحددها مباشرة مستوجبات الصراع السياسي، فعندما يعالج المحرر موضوعا يتعلّق بجهة ينسجم معها، يميل إلى عدم الشك ويقيّم نشاطاته من وجهة إيجابية، وبالعكس عندما يتكلم محرر عن منتخب من اتجاه معاكس يميل إلى وصفه من نواحٍ سلبية ومن جوانبه الفكرية أو الشخصية التي توحي بالشك، ويدين اختياراته في مجال

السياسة العامة ويذكر بأخطائه السابقة.

هكذا نقول : عندما يتشارك السياسيون ووسائل الإعلام والاتصال نفس المشاعر السياسية، فهناك فرص كبيرة لأن تكون العلاقات اشتراكية ومتجانسة، وعندما تختلف العواطف تصير العلاقات قابلة لأن تكون نادرة وصراعية.[27]

لكن شبكة الأنترنت هي في نفس الوقت وسيلة للاتصال بدون وسيط، ولتحقيق حوار وتبادلية. وانتهى الوقت الذي كانت رسالة رجل السياسة تخضع بالضرورة لحقائق الإعلاميين المشوهة.

2- مفهوم علوم الإعلام والاتصال:

بناء على هذه النظريات العلمية الأولى التي تفسّر علاقة وسائل الاتصال بالسياسة وآليات المجتمعات، ومع ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية المكتوبة والسمعية- البصرية، وتطور تكنولوجيا الاتصال ليصبح المجتمع العالمي الحديث «مجتمعاً اتصالياً» بامتياز، تأسس علم مشترك الاختصاصات استمد نظرياته من مفاهيم العلوم الإنسانية الأخرى كعلم النفس وعلم الاجتماع والفلسفة وإدارة الأعمال، هو «علوم الإعلام والاتصال».

منذ تأسيسه منذ أكثر من عشرين سنة ومجموعة من الأسئلة تطرح حوله : هل لهذا العلم نظرياته ومفاهيمه الخاصة؟ هل التفريق بين «إعلام» و«اتصال» لايزال ممكناً؟ ما هو»هدف الاتصال»؟ ما هي الإشكاليات التي تعترض الباحثين في هذا المجال؟ ما هي الحقول البحثية التي يمكن سبرها مع التطورات العالمية المعاصرة؟...[28]

في سنة 1974 اجتمع باحثون ومدرسون جامعيون من أجل استحداث اختصاص علمي جديد هو«علوم الإعلام والاتصال» انطلاقاً من «نموذج شانون» التناسبي، الحديث في حينه، و«علم التوجيه الآلي cybernétique» المعروف. ولكن، بنتيجة غياب القاعدة الفكرية المشتركة، وتعدد النظريات أصبح هذا الاختصاص الجديد علماً مشترك الاختصاصات، يستدعي التفاعل والتبادل بين الباحثين في حقول عديدة.[29]

كانت المقاربة الأولى لهذا العلم على أساس «الاتصال - إرسال»، ثم اقترح هذه مجموعة من الباحثين الاميركيين نموذج « الاتصال - مشاركة» المرتكز على نموذج «الجوقة». لم يكن هذا النموذج بنظر الباحثين شاملاً واعتبروه بمثابة علم نفس اجتماعي

جديد، فاستبدلته مدرسة «فرنكفورت الجديدة» بنموذج «الاتصال - سياقا».

وحددت شروط نجاح الخطاب وفعاليته على هذا النحو: الوضوح، الصدق، الصحة، الحقيقة، بالارتكاز على نظرية هابرماس الكونية.[30]

إلى جانب هذه التيارات الثلاثة هناك عدة محاولات لباحثين من مجالات علمية مجاورة، أحدهم تبنى العلوم بناء على النموذج الاقتصادي التقليدي : إنتاج - توزيع - استهلاك. اعتبر هذا التيار أن العولمة هي السبيل للتخلص من المفهوم التناسبي للاتصال الذي يحصر التواصل في علاقة ثنائية : مرسل - متلق.[31]

يقول برنار مياج إن علوم الإعلام والاتصال قد ظهرت «لأن مجتمع الاتصال يحتاج إلى علم يدرس عمليات الإعلام والاتصال الناجمة عن أعمال منظمة، هادفة، مرتكزة على التقنيات، ومشاركة في أشكال التواصل الاجتماعية والثقافية».[32]

إن "علم الإعلام والاتصال " الذي تعود تسميته في فرنسا إلى سنة 1975، هو بعيد عن أن يشكل نهجاً متماسكاً وموحداً. فإن استخدام الجمع (علوم) وعبارتي "إعلام" و"اتصال" يدل على عدم دقة هذا القطاع حيث يعمل متخصصون في مجالات مختلفة ومتباعدة، يأتون من المعلوماتية أو الحقوق أو الاقتصاد أو التاريخ أو علم الألسنية أو علم النفس أو علم الاجتماع...

إن الاختلافات في النهج والأسلوب واللغة تزيد الأمر تعقيداً وتحبط منذ البداية أية محاولة توليفية. فعلوم الإعلام والاتصال تقف على مفترق عدة تأثيرات ولا يمكنها أن تشكل علماً مستقلاً مثل الرياضيات أو العلوم الطبيعية : هي في طريق التشكل وتقف ما بين البحث النظري والتطبيق العملي، بدون أن تكون معترف بها إلى الآن بالفعل.[33]

إن حداثة وهشاشة هذا العلم المشترك لا تسهلان بالطبع ظهور مفاهيم ونماذج نظرية مقبولة من الجميع تسمح للباحثين أن يتبنوا مجموعة من النظريات التي تساعد على إغناء المعارف وفهم الآليات التي تتحكم بالإعلام والاتصال في مجتمعاتنا. ومما يزيد المشكلة تعقيداً هو أننا غارقون في مجتمع عالمي يزداد فيه دور الصحافة والراديو والتلفزيون والسينما والاتصالات أهمية في حياتنا اليومية، ويصبح من الصعب علينا أكثر فأكثر أخذ البعد الضروري لدراسة آلياتها وتأثيراتها بموضوعية.

نحن شركاء شئنا أم أبينا وشاهدون على هذا التقدم السريع للاتصال خلال السنين

الأخيرة، لكننا ندرك كباحثين في هذا الحقل أنه بات من الضروري قبل كل شيء تحديد المصطلحات والاتفاق على معنى المفردات التي نستخدمها، أو على الأقل اقتراح تعريفات للحؤول قدر الإمكان دون الوقوع في الالتباس وسوء التفاهم. فوراء المصطلحات والنماذج المستخدمة من قبل الاختصاصيين في الحقول المختلفة التي تدخل في علوم الإعلام والاتصال، تاريخ طويل إذ هي حصيلة لحركات اجتماعية معقدة وتتنوع حسب العصور.

كما سبق وقلنا لا يوجد تعريف واحد لعلوم الإعلام والاتصال بل محاولات كثيرة لشرح الواقع بالنماذج والمخططات.[34]

ويمكن تصنيف بحوث الإعلام والاتصال في ثلاثة اتجاهات أساسية :

1- الاتجاه الأول يقف بين العلوم العصبية والعلوم المعرفية، ويعالج الاتصال في علاقته مع الدماغ : إدراك، وحركة، تفكيك الصورة واللغة.

2 - الاتجاه الثاني بين العلوم المعرفية والعلوم الطبيعية، ويرتكز على مشاكل الاتصال بين الإنسان والآلات.

3- الاتجاه الثالث الذي يرتكز على علوم الإنسان والمجتمع، يدرس الاتصال بين الأفراد والجماعات وكذلك تأثير تقنيات الاتصال على مسار المجتمع.[35]

عشرة اختصاصات مستخدمة هنا: الفلسفة، الاقتصاد، الحقوق، علم السياسية، تاريخ الآليات، الجغرافيا، علم النفس، علم النفس الألسني، علم الإنسان.

بهذا فإن علوم الاتصال هي بطبيعتها مشتركة الاختصاصات، فبعدها يمنع أي تخصص محدود الاتصال، وقد تكون أحد النشاطات الإنسانية التي يشكل عبرها الإنسان مباشرة علاقته بالعالم.[36]

نجحت التقسيمات الداخلية الخاصة بعلوم الإعلام والاتصال إلى حد الآن في مقاومة كل المحاولات التي قصدت إلى تفتيتها. فالمختصون في الإعلام والعاملون بالصحافة المهنية المختصة، يؤكدون أنهم يختلفون عن المختصين في الاتصال، ولا يولي المختصون في الاتصال إلا اهتماماً ثانوياً لوسائل الإعلام، ويعتبرونها «اختصارية».

إذا ذهبنا أبعد من معارك الاختصاصات والكفاءات هذه التي تعكس الانقسامات

المهنية الكلاسيكية، فإننا نجد أنفسنا أمام سؤال هام ورئيسي مرتبط بالعلاقات بين الإعلام والاتصال، وهوامتداد لبعض التساؤلات حول التقارب بل التوافق الممكن بين المفهومين.

يعود هذا النقاش إلى سنوات الستينات، وهو أساساً رد فعل على النظرية الرياضية للإعلامي الأمريكي C.Shannon، والذي يأخذ عليها تقنيتها الزائدة وإقصاءها للسياقات والمعاني الاجتماعية. إلخ R.Escarpit على العلاقة العضوية بين الإعلام والاتصال: "إن كل عملية اتصالية تحتوي على إنتاج ونقل ومعالجة المعلومة، بمعنى الإنتاج الأصلي للفكر البشري الفرداني، مهما كانت طبيعة هذا الإنتاج (علمي، تقني، فني، حدثي، إلخ)."[37]

الحقيقة أن الإعلام والاتصال مرتبطان ارتباطاً وثيقاً منذ الأزل، وإذا كانت التغييرات المستحدثة في وسائل وتقنيات الاتصال قد أدت إلى تحولات محسوسة أو رئيسية في محتوى وشكل المعلومات المنتجة ثم الموزعة، فإن التغيرات الحديثة لا يمكن أن تختص في أنها انتقال من عصر تقني إلى آخر، كما يقول ذلك مجموعة من الكتاب، وعلى رأسهم بيار ليفي P. Levy.

تأخذ التغيرات السياسية والثقافية أو التي تتدخل في عمل الإعلام أهمية كبرى، إضافة إلى الرهانات الاستراتيجية مثل الطابع الصناعي المتزايد للإعلام والثقافة، والتوجه التمركزي لدى جماعات الاتصال، أو التواجد المتسع لشبكات الاتصال في عملها التسييجي المتواصل للعالم.

في هذا السياق وأكثر من أي وقت مضى، نلاحظ أن الاتصال لا يتعارض مع الإعلام، بل على العكس من ذلك، يعتبر امتداداً له. كما أن المفهومين متشابكان عادة، وكل نقد لأحدهما يمكن أن يطبق على الآخر.

3- الإشكاليات النظرية والمنهجية للبحث العلمي الإعلامي:

لقد أشار الباحثون إلى عدد من الإشكاليات التي تعترض المعنيين في مجال البحث العلمي الإعلامي :

أ- الاشكالية المنهجية:

الإشكالية المنهجية الرئيسية هي في تحديد المفاهيم. إن الباحثين في مجال علوم الإعلام والاتصال يشيرون دائماً إلى صعوبة التفريق بين إعلام واتصال: إعلام صحفي وإعلام مهني متخصص، اتصال شخصي واتصال إعلامي (عبر وسيط)، قنوات للاتصال والاتصال كتبادل اجتماعي، الإعلام كمضمون ووسائل الاتصال المكلفة بنشره ...

إن هذه التناقضات لها ركائز أو مصادر على مستوى اجتماعي منهجي ولكن التفريق بينها أمر غالباً صعب جداً. إنها تكرس تقابل محتوى / شكل، مضمون/ وسيلة، الذي أشارت كل الدراسات إلى كونه غير مجدٍ مع تطور التكنولوجيا وخارج إطار الاتصال الذي يسمى جماهيريا.[38]

لقد جاءت النشأة الرسمية لعلوم الإعلام والاتصال سنة 1975 لتلبي حاجات جامعيين منفردين في مؤسساتهم الجامعية كانوا أوائل من كلفوا بالإعداد المهني. ثم صارت الأولوية المعطاة للتكوين والمكونين أقوى بموجب استقبال جماعات عديدة من الطلاب وللأهمية المعطاة للتخصص والاحتراف في الدراسة.

وبداعي الضرورة، أو بالاختيار، أو بحكم الانعزال، أهمل أو ترك عدد كبير من جامعيي الجيل الانتقالي (الذين بدأو ا نشاطهم المهني بين وسط الثمانين ووسط التسعين) مهماتهم في البحث. هذا الوضع أضر طبعاً بعلوم الإعلام والاتصال وبتعليمها: فعلى ماذا يستند مدرّسون لايملكون خبرة طويلة جامعية إن لم يكن على مكتسبات البحث، وكيف يتطور البحث العلمي وهو لا يستفيد إلا من مساهمات قسم من أعضائه؟

هذا النقص له فرص الانخفاض في المستقبل بفضل التشجيعات والنصائح الموجهة لـ»لداخلين» الجدد بأن يكرسوا أنفسهم للتدريس والبحث معاً...

ت- انعزال المتخصصين وتعدد المجالات:

تقليداً للأدباء وغيرهم، يفضل العديد من المتخصصين في مجال الإعلام والاتصال ترسيخ انعزالهم ولا يلحظون إيجابيات العمل الجماعي الذين يخشون بيروقراطيته ورغم بعض التقدم الملحوظ تبقى المختبرات والمجموعات البحثية ناقصة في الإنتاج

الأكاديمي [39].

إلا أن بحوث في هذا المجال مهما كانت نتائجها، لا تستطيع وحدها أن تشكل محوراً كافياً وذلك لسببين على الأقل: [40]

1- من جهة إنها لأجل قريب أو على الأقل متوسط، وبالتالي إشكالياتها المرتبطة بالآلية أو بالتفكير الاستراتيجي، تلزم علوم الاتصال ب «علم الآنية» فالأسئلة المطروحة لا تسمح دائماً بأخذ بعد تاريخي كاف [41].

2- من جهة ثانية هذه الأبحاث تهمل عناصر المجتمع الأخرى وخصوصاً طلبات الأفراد، لهذا يحكم على أعمال الباحثين بأنها آتية من الفكر الفلسفي أو السياسي وليس من مقاربات علمية، خصوصاً فيما يتعلق بالبحوث الخاصة بتأثيرات وسائل الإعلام والاتصال.[42]

4- محاور البحوث :

بعد أن عرضنا الإشكاليات يجب الآن أن ننظر إلى محاور البحث في هذا المجال : ما هي الأكثر شيوعاً؟ ما هي المهملة فيها؟ ما هي التي تحتاج إلى جهود إضافية بسبب الرهانات التي تعبر عنها؟

في الولايات المتحدة، في فرنسا، في كندا، وفي العالم العربي، خمسة محاور يركز عليها العديد من الأعمال الهامة في المرحلة الأعمال[43] :

أ- تحليل الوسائل السمعية البصرية : تاريخها، أنواعها، دراسة الخطابات (ارتكازاً على السيميائية البرغماتية أو السوسيوسيمائية) والتلقي، العلاقة مع السياسة، الخ.

في البداية كان الباحثون مشغولين بالإنتاج السينمائي وتأخروا للاهتمام بالتلفزيون. أما الإذاعة فتلقى اهتماماً ثانوياً، بينما الأعمال المتعلقة بالصحافة المكتوبة لا تشمل النواحي الأهم لتطور هذه الوسيلة.

ب- دراسة اتصال المؤسسات والاتصال في العمل: رغم مواجهات دائمة بين الباحثين، وتراكم أعمال كثيرة مشتركة، لم ينتج عن ذلك معرفة كاملة ومدعومة بالحجج لظاهرة لها خصائصها المرتبطة بخصائص المجتمعات.

ت- معرفة الاستخدامات المختلفة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وبصورة عامة لسياقات الابتكار التقني: هذا المحور قد وجه خلال أكثر من خمس عشرة سنة العديد من الأعمال المبتكرة، المرتبطة غالباً بطلبات الصناعات المعنية.

ث- مقاربة الاتصال السياسي، والاتصال العام، والاتصال الثقافي، الاتصال العلمي، والتفاعلات بين اتصال وإعداد أو بين اتصال وصحة: الأمر يتعلق هنا بتصور العلاقات التي تقام في هذه الحقول غير التجارية وتقنيات إدارة الشؤون الاجتماعية التي هي تقنيات الإعلام والاتصال الحديثة.بعبارة أخرى يهتم هذا المحور بانتشار وسائل الاتصال في حقول التواصل العامة.

ج- دراسة خصائص الصناعات الثقافية: وخضوعها المتزايد لمتطلبات الجماعات الاتصالية والشروط الجديدة لتقديمها عن طريق الشبكات التقنية.

5- حقول بحثية جديدة :

أ- محاور جديدة:

انطلاقاً من هذا التذكير السريع لمحاور البحث في حقل الإعلام والاتصال، يقترح العلماء محاور جديدة تسد الفراغ الذي رأيناه في عرضنا للمشاكل الناتجة عن الرهانات الاجتماعية، مثل:

- تحليل الاستراتيجيات والمناهج وخطابات الإعلام المهني المتخصص : فهذا الإعلام وهوفي تطور سريع يبقى مهملاً من قبل الباحثين، مع إنه مجال مثالي للبحث الإلكتروني.

- الأعمال التاريخية: بالطبع يجب أن يقال إن دراسات نوعية هي متوفرة، لكن البعد التاريخي هو لفهم الاتصال الحديث الذي تطور كثيراً ابتداء من منتصف القرن العشرين.

من الضروري أن لا تختصر الأعمال على مقاربة لقطاع واحد، أو وسيلة واحدة لها علاقة فقط بالتاريخ السياسي.

- الاتصال التفاعلي المتعدد الوسائط: أن تشارك علوم الإعلام والاتصال بدراسة استخدامات الأجهزة المتعددة الوسائط، وبدراسة الأشكال الجديدة للخطاب.

- «مجتمع الإعلام»: تسمية تمنح في أغلب الأحيان بدون ركائز نظرية صلبة أو مدروسة.

فعلينا أن نعترف أن البحث في مجال الاتصال لا يمكنه أن يترك لباقي العلوم الإنسانية والاجتماعية أن تطور مقاربة آلية أو استعارية للاتصال. بعبارة أخرى إن استخدامات الوسائل في النشاطات الاقتصادية والاتصالات الاجتماعية، يجب أن تعطي مجالاً لدراسات تحليلية معمقة.

- السياسات العامة للاتصال: وخصوصاً أنماط العمل الناظم الذي يجب أن تخضع له وسائل الاتصال وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، في إطار مهمات خدمة عامة مناسبة للشروط القائمة. هذا التنوع في الطرح ملحّ لا سيما بعد أن تركه المقررون السياسيون بينما يكتفي القضائيون بمقاربة عملية. وهذه السياسات تشكل حقلا هاما للدرس بسبب تعقيد التطورات المتوقعة.

- أخيراً تحليل قطاع الاتصال والمكانة التي يحتلها في التدفق الاقتصادي المعلوماتي العالميين، فعلوم الإعلام والاتصال تحلل نتائج العولمة في ظل أساليب الإنتاج المسيطرة: كيف يخضع الإنتاج الثقافي والمعلوماتي لأساليب إدارية تتسبب بانقلابات من مستوى رمزي، وكيف نفسر تعددية الدول في التبادلات الاجتماعية والمهنية التي تسهلها الشبكات، وهل يمكن أن نقبل بوجود هوة اجتماعية وثقافية، بين الممارسات الاتصالية المتقدمة في الدول المتطورة والممارسات المتواضعة في الدول الخاضعة، الخ.

ب- مستويات التحليل:

من الصعب دراسة كل الإشكاليات المنهجية والنظرية لعلوم الإعلام والاتصال بسبب تعقيد وتعددية البعد في هذا الحقل. فالتطورات متعددة والمشاكل كثيرة وحقيقية ويجب أن تجعلنا منطلقين نظرياً ومنهجياً نحو الدراسات النقدية. ولا بأس من التذكير هنا بأن مفهوم «الإعلام» يحمل في بنيته المعرفية مستويات عدة من التحليل:

أ- الإعلام كفلسفة، وهنا نجد أن كل الحضارات القديمة والحديثة قد تضمنت فلسفة إعلامية.

ب- الإعلام كحرفة وممارسة، وهنا نشير إلى تغطية نشاطات المجتمع باستخدام

وسيلة الصحيفة أو الإذاعة أو التلفزيون أو الإعلام الآلي والوسائل التكنولوجية الحديثة الأخرى.

ج- الإعلام كعلم وتخصص، وهذا يفترض السعي إلى سن ضوابط وقواعد تحمل بعض الثبات النسبي في تفسير وتحليل الأداء الإعلامي في هذا المجتمع أو ذاك، انطلاقا من الإعلام كفلسفة، في اتجاه الإعلام كممارسة، في صيرورة ديناميةمتجددة.

ت- المكتبة الإعلامية:

تاريخيا، تطور الإعلام من سيادة الرسالة كما حال الحضارات السابقة إلى طغيان الوسيلة في المجتمع التكنولوجي، وهوما أثر بدوره على طبيعة التخصص. والحاصل أن الإعلام كعلم حديث النشأة إذ دخل المحيط الجامعي في حدود 1873 عندما بدأت جامعة كانساس بأمريكا تعطي دروسا في الطباعة. وبدأ الإعلام كتخصص أكاديمي بارز بعد الحرب العالمية الأولى بأمريكا. وقد ظهر في فترة ما بين الحربين نخبة من الرواد الإعلاميين الذين أرسوا بأبحاثهم المتميزة أسس التخصص، ونذكر من هؤلاء لاسويل، لازرسفيلد، لوين، وهوفلند. وبدأ التكوين الإعلامي في أوروبا بعد الحرب العالمية الثانية متأثرا بنموذج لاسويل، ثم ظهر هذا التخصص في بعض البلدان النامية ابتداء من الستينيات والسبعينيات من هذا القرن متأثرا بهذا النموذج أو ذاك. ونجد أن معظم المصادر الإعلامية باللغة العربية مصرية، وتتميز بأنها عامة ذات طبيعة مدرسية وصفية. ويعني ذلك أن هذه المراجع توفر المادة المعرفية الأكاديمية الأولية الخاصة بالتكوين الإعلامي على النحوالذي نجده في النظام النصي (textbook) الأنجلوساكسوني، وعلى هذا الأساس، فهي أساسية للطالب المتخصص وخاصة ذلك الذي لا يمتلك لغة أجنبية ثانية. وتحتوي بعض المكتبات العامة والخاصة على العديد من هذه المصادر، كما يوجد البعض الآخر منها عند الأساتذة الذين تخرجوا من كليات الإعلام.

وتشكو المكتبة الإعلامية العربية من ندرة الأبحاث التي تسعى إلى تأسيس تصورات فكرية ومفاهيمية (متميزة ومستقلة نوعاً ما) عن طبيعة الظاهرة الإعلامية الاتصالية في المجتمع العربي المعاصر. كما تشكوالمكتبة الإعلامية العربية من قلة الدراسات

الميدانية المنشورة رغم العدد الكبير للرسائل الجامعية.

وتندر في المكتبة الإعلامية العربية تلك المؤلفات التي تعالج إشكاليات إعلامية متجددة، والممولة من شركات أو مراكز بحث كما هومعمول به في البلدان الغربية، وهذا ما يجعل الكتاب الإعلامي العربي يرتبط أساسا بالجهد الفردي الذي يبذله الأستاذ، الذي يبقى محدودا في وقته وإمكانياته المادية بالإضافة إلى ثقل ظروفه الاجتماعية.

وتتميز المصادر الحديثة في الأبحاث الإعلامية بكثافتها وتنوعها، بحيث أنه يصعب علينا إيجاد مجال إعلامي جزئي لم يكن محل دراسة معمقة ومدققة. والحاصل أن العديد من الكتابات الإعلامية باللغات الأخرى هي إرتداد لما تحمله الدراسات الإعلامية الأمريكية والفرنسية خاصة، فأسماء الباحثين الإعلاميين الأمريكيين والفرنسيين متداولة بكثرة في مختلف مدارس التكوين الإعلامي في العالم. وتتميز المصادر الإعلامية باللغة الإنجليزية بأنها ذات طبيعة أمبريقية وإن كان العديد من المدارس الفكرية الاتصالية (كالمدرسة النقدية) الأوروبية قد نمت وتطورت بدورها في أمريكا. وقد كان المشرق العربي أسبق إلى الاحتكاك بالمدرسة الأنجلوساكسونية، وهو ما أثر إيجابا على طبيعة الكتابات العربية في المجال.

وما يؤسف له أن الترجمة من المصادر باللغة الإنجليزية إلى اللغة العربية محدودة جدا. وتندر المراجع الإعلامية باللغة الإنجليزية في المكتبات الجامعية. ويوجدعدد لا بأس به من هذه المصادر لدى الأساتذة الذين تخرجوا من المدارس الأنجلوساكسونية وحبذا لوبذل هناك جهد لاستنساخها ولو بتحفيز صاحب الوثيقة ماديا.

والمصادر باللغة الفرنسة هي مصادر متعددة ومتنوعة بدورها. وتتميز في كونها تميل إلى الجوانب النظرية النقدية. ومؤخرا، تسعى إلى تقليد النموذج الأنجلوساكسوني.

وقد اشتهرت ماضيا عند بعض طلبتنا بعض الأسماء من الكتاب الإعلاميين ذوي النزعة اليسارية إلا أن الوقت قد تغير لصالح ما هو أنفع. وتمتلك المكتبات الجامعية عددا لا بأس به من هذه المصادر كما يبدوأن الطالب يجد سبيله إلى هذه المراجع رغم ندرتها.[44]

خلاصة: لم يعد من الممكن تجاهل الإشكاليات والتحديات التي تفرزها تكنولوجيا

الاتصال والإعلام في الوطن العربي على صعيد النظرية والممارسة، وما يترتب على ذلك من ضرورة أن تتجه الدراسات والبحوث العلمية نحوبلورة منظور جديد للإتصال، وأن تأخذ بعين الاعتبار حقيقة أنّ اندماج عمليات الاتصال وتدفق المعلومات في فضاء كوني واحد، يعود إليهما الدور الحاسم في نشوء مجموعةٍ معقدة من التحولات النوعية، وفي مقدمتها التحول من الإعلام إلى الاتصال، ومن العزلة إلى الاندماج، ومن سيطرة المرسل إلى خيارات المتلقي.

ولم يعد الباحثون في مجال الإعلام والاتصال هم الوحيدين المهتمين بالظواهر الإعلامية الاتصالية خصوصاً مع تعدد الرهانات المختلفة وظهور الخطاب السياسي عن «مجتمع الاتصال»، فكيف تشكل علوم الاتصال اختلافاً إن لم يضع الباحثون أساليب للتحليل خاصة بها يمكنها أن تسهل المقاربة النظرية على مستوى الأسئلة المطروحة ؟

لن تجدي أي مواجهات أمنية للقضاء على الارهاب ولن نستطيع مواجهة الأفكار المتعصبة والإقصائية التي تفشت وانتشرت في العقود الأخيرة في المجتمع بشكل جذري وحاسم، طالما ظلت المناهج الدراسية، والثقافة المجتمعية، والبرامج الإعلامية السائدة، بعيدة عن المفاهيم الحديثة كثقافة المواطنة وقبول الآخر، وقبول التنوع الإنساني في النسيج العربي. إن المشاركة المجتمعية هي الوسيلة الناجحة والوحيدة التي تضمن تنمية المجتمع على أسس سليمة يتمتع فيها الجميع بحقوق وواجبات متساوية، وهي تتجلى في أشكال مختلفه أهمها المشاركة السياسية بداية من اختيار أفراد الشعب للحاكم ولمن يمثلهم ويتولى إدارة حياتهم. والمشاركة لا تنزل من السماء ولا تمارسها المجتمعات بتلقائية أو طبيعية، بل هي ثقافة ورؤية وفكر متكامل يترجم إلى آليات عمل، كاستخدام كل الوسائل المتاحة لبناء هذه الثقافة وتدعيم هذه الرؤية، كما هي نتيجة جهود الجمعيات والكيانات الأهلية والمؤسسات الحكومية. ويظل المجتمع نفسه وآليات العمل فيه وعلاقات الأفراد بعضهم ببعض هي أهم وأقوى مؤثر على الأجيال الناشئة لدفعها إلى الإيمان بثقافة المشاركة، ولقد أصبحت الشعوب العربية مستعدة ومؤمنة بأنه يجب ان تلعب دوراً في مستقبل بلادها، لذلك لن تنجح أي حكومة أو مؤسسات حكومية دون المشاركة والتعاون مع المجتمعات المدنية والأهلية والنخب العلمية والثقافية.[45]

الهوامش والمراجع:

1 - مي عبدالله، علوم الإعلام والاتصال، دار النهضة العربية، بيروت 2009.

2 - مي عبدالله، الاتصال والديمقراطية، دار النهضة العربية، بيروت 2006. أنظر:

Gaetant Tremblay, «La Science des communications et le phénomène technique», in Sciences sociales et transformations technologiques, Québec 2002.

3- Yves Jeanneret, Les Sciences de l'information et de la communication : une discipline méconnue en charge d'enjeux cruciaux, SFSIC, La Lettre d'Inforcom N° 60, Paris hiver 2001- 2002.

4- Philippe Breton, L'Utopie de la communication, Le mythe du village planétaire, La Découverte ،Paris 1995.

5- Frédéric Barbier et Catherine Bertho Lavenir, Histoire des médias de Diderot à Internet, Armand Colin, Paris 1996.

6- Jacques Gonnet, L'Education aux médias ،l'Harmattan ،Paris1997. Daniel Junqua, La liberté de la presse, Les essentiels de Milan, Milan 2004.

7- Dominique Wolton, "Les journalistes entre l'opinion publique et les hommes politiques", Hermès No.4 ،Paris 1991.

8-Jean Gerstle, La communication politique, PUF, «Que sais je »? Paris 1994. No.2652, Paris

9- André Vitalis, Médias et nouvelles technologies, Apogée, Paris 1994

10- Bernard Voyenne, La presse dans la société contemporaine, A.Colin Paris, 1971 ، p.246.

11- Dominique Wolton, op.cit, p.207.

12- Roger Remond ،entretien J.M.Colombani, Le Monde15, juin 1993.

13- G.Ballandieri ،échange avec M. Rocard et A. du Roy, "Politique et télévision: les liaisons dangereuses", Vendredi ،Idées, No1, Paris nov 1992, p.6.

14- Jean Le Bohec, Les rapports presse- politiques, L'Harmattan, Paris 1997, pp.109-110
15 - Idem, pp112-113-16
16 - Idem p.119-17
17 - Idem
18- J.Blondel, Generalités : Le Comparatisme", Traité de science politique, dirigé par M.Grawitz et J.Leca, T.2, Paris 1985, pp1-26.
19-Bernard Miège ,"L'espace public perpétué, élargi, fragmenté" ‹in L'espace public et l'emprise de la communication, dirigé par I.Paillart, Ellug, Grenoble 1995, pp.165-169.
20- Pierre Albert, Le pouvoir des médias, PUF, Paris 1986, p.28.
J.Curran, Mass Media ans Society, Edward Arnold , New York 1991, pp.102-105.
21- Idem, p.28
22- C.Argyris, Beyond the front page, Jossy Bass ,London 1974, pp.618-626.
23- M.Finley, Démocratie antique et démocratie moderne, Payot, Paris 1976، p.66.
24- Bernier, Le monde diplomatique, Paris août 1996.
25- B.Franklin, Packaging politics, Edward Arnold ,New York 1994 ،p.2
26- F.H.de Virieu ,Le Monde, Paris 8 nov 1996.
27- Bernard Miège,Université et SIC,« La recherche en information et communication », INA, Les dossiers de l'audiovisuel N° 85, Paris juin 1999.
28- Stephane Olivesi, « Sciences de l'information et de la communication : objets, savoirs, discipline », Coll. La Communication en plus, PUG, Grenoble 2006.
29- Jean Charron, «Une introduction a la communication», Presses de l'Université du Québec, coll. Communication et société, Télé Université, Québec 1991.
30- Lucien Sfez, La communication, Puf, «Que sais-je ?», Paris1991, p.9.
Bernard Miège, La pensée communicationnelle, Pug. Grenoble 1995,p.84.
31- Lucien Sfez, Critique de la communication, Seuil, Paris 1990, p.59.
32- مي العبدالله، الاتصال في عصر العولمة، دار النهضة العربية، بيروت 2001، ص.27.

33 - André Vitalis, Médias et nouvelles technologies,Apogée, Paris 1994, pp.36-37.

34 - Bernard Miège, «France : pluralité des approches et relations étroites avec l'ensemble de la communication», publié dans la revue Analisi- Quaderns de comunicacion i cultura, UAB, num.21Barcelona 1997, pp. 133-148.

35- الصادق رابح، بعض التساؤلات حول علوم الإعلام والاتصال، المؤتمر العلمي التاسع لكلية الأداب والفنون، جامعة فيلادلفيا، الأردن 28-26 ابريل 2004.

36- Bernard Miège (interview), Université et SIC, « La recherche en information et communication », op.cit.

37- Yves Jeanneret, «Les Sciences de l'information et de la communication : une discipline méconnue en charge d'enjeux cruciaux », SFSIC, La Lettre d'Inforcom N° 60 ،hiver 2001- 2002 ،pp.3-40.

38- Jeanine Beaudichon, La communication, Processus, formes et applications, Paris, Armand Colin,1999, p.84.

Michel Serres, La communication, Paris, Hermès I, Editions de 39-Minuit, 1968, p.66.

40- Bernard Miège, «Quoi de nouveau dans la recherche francaise en information et communication », op.cit.

41-عبد الوهاب الرامي، نحو تكوين إعلامي هادف، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، عدد4، تونس 2003، ص.57

42-Thierry Lancien (sous le direction de), « Recherche et Communication », Numéro 14 de la revue MEI, L'Harmattan, Paris 2002.

43 - عبد الوهاب الرامي، نحو تكوين إعلامي هادف، مصدر سابق، ص.58.

44 - لمزيد من التفصيل عن تاريخ التخصص، انظر عبد الرحمن عزي، " التكوين الإعلامي: التلاقي والتلاغي بين الرسالة والوسيلة،" المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 4، الجزائر 1990.

45- مي العبدالله، الاتصال في الشرق الأوسط والانهيار الثقافي، دار النهضة العربية، بيروت 2015.

علوم الإعلام والاتصال والاضطراب المنهجي

د. كريم بلقاسي
جامعة الجزائر 3/الجزائر

تمهيد

أصبح من الضروري اليوم الانفتاح على المكاسب المنهجية في العلوم الإنسانية والاجتماعية المعاصرة وبخاصة علوم الإعلام والاتصال، واستخدام أدواتها من أجل تفعيل هذه العلوم في واقعنا، فمناهج العلوم الإنسانية والاجتماعية الغربية تثمر في واقعنا بقدر ما نمتلك من مقدرة على استيعابها وتقريب أدواتها إلى مجالاتنا التداولية. من هنا وعلى مستوى المناهج والإجراءات نحتفظ بأصلها العلمي ووظيفتها الاجرائية، لكنّنا نعيد تشغيلها بما لا يتصادم مع أصول مجالنا التداولي، وبما يحقق المقدرة التّوصيفية والتحليلية للمشكلات الاجتماعية والنّفسية والاتصالية، وبهذا نكون قد وصلنا من الوصل خصوصيتنا الثّقافية بمنتجات العلوم المستحدثة على الصّعيد المنهجي والإجرائي.

وفضلا عن هذه الحقيقة المنهجية، فإن ثمة مكاسب تطالعنا بها هذه العلوم في أفق الثّقافة، وبخاصة الغربية المعاصرة، يتقدم هذه المكاسب، استخدام مُعطيات التّقنية التكنولوجية وأدوات الاتصال ودقائق المناهج الإحصائية، ضمن العلوم الإنسانية والاتصالية المعاصرة كيْما تُحقّق قيمة الدّقة، وإدخال لغة الكم الرياضي إلى دوائر هذه العلوم مادة وصورة أو موضوعا ومنهجا. وهذه المنجزات الجديدة حري بنا إدخالها إلى مجالات البحث في علوم الاجتماع وعلوم النّفس وعلوم الإعلام والاتصال والتّاريخ.

وما يتشعّب عنها من فروع وتخصصات، وتدريب الطلبة على إتقان استخدامها، بأن تصبح جزءا من مقرّرات البرامج التّعليمية، ووسيلة جديدة يستخدمها الباحثون في أطروحاتهم وأبحاثهم، وذلك بإقامة ورشات علمية تطبيقية؛ يشرف على تنشيطها

مختصون ضمن هذا الفضاء المستجد: فضاء استخدام التقنيات الحديثة في مجال علوم الإعلام والاتصال على سبيل المثال.

ولكن البحث كنشاط فكري يشتمل في علميته على التجريب وتحليل الوثائق والدراسات التاريخية والوثائقية والمسوح العلمية...إلخ. وإجمالا يحصر البحث العلمي في تقسيمين أساسيين هما أبحاث نظرية بحتة والغرض منه إشباع حاجة للمعرفة أو من أجل توضيح غموض يحيط بظاهرة ما دون النظر إلى تطبيق نتائجه في المجال العلمي، والنوع الثاني وهي الأبحاث العلمية التطبيقية، ويهدف أساسا لحل مشكلة قائمة أو التوصل إلى علاج لموقف معين، فهو بالعادة يبدأ بمشكلة علمية في نطاق الأوضاع القائمة التي تجابه الباحث. ويعتمد هذا النوع من البحث على التجارب المخبرية والدراسات الميدانية للتأكد من إمكانية تطبيق النتائج على أرض الواقع.

إلا أن التقسيم الذي يعنينا في هذا المجال، هو التقسيم القائم على أساس الوسائل والأدوات البحثية المنهجية. حيث يقسم إلى نوعين هما: البحوث الكمية والبحوث الكيفية (النوعية)، أما البحوث الكمية فهي التي تعتمد أساسا على استخدام الأساليب الكمية والإحصائية في معالجة موضوع البحث ووصف النتائج والخلاصات التي انتهى إليها، وأما البحوث النوعية فنجدها مهمة في اكتمال أهداف البحث وتغطية كامل جوانبه بالتحليل والدقة في الطرح والتفسير، بل وحتى إنتاج إشكاليات جديدة في العلوم الإجتماعية والإنسانية وعلوم الإعلام والاتصال. فهي تسعى في اعتمادها على الأساليب الكيفية والنوعية في معالجة موضوع البحث ووصف نتائجه. لكن ما يلاحظ اليوم الاعتماد الكلي في البحوث الاتصالية والإعلامية على المنهج الكمي بأدواته وإغفال المناهج الكيفية وما تستوجبه من تقنيات، **فلماذا هذا التوجه إلى المناهج الكمية؟ وما تمظهراتها في الجانب التحليلي والقياسي لبحوث الطلبة؟ وما هي أو جه القصور التي تتخلل اعتماد الكم دون الكيف في البحث العلمي لمجال الاتصال والإعلام؟**

1. منهجية بحوث علوم الإعلام والاتصال وخطواتها:

المنهجية هي مجموعة من الخطوات أو من المناهج والتقنيات التي توجه إعداد البحث وترشد الطريقة العلمية. يبدأ وضع أي بحث متخصص باختيار موضوع البحث

وصياغة عنوانه وفيما يلي الخطوات المطلوبة ومراحل كل خطوة:[1]

1. إعداد خطة البحث.
2. كتابة المقدمة: ويجب أن تشمل الإحساس بالمشكلة، العوامل التي دفعت الباحث لاختيارها، الأهداف الأساسية التي يسعى لتحقيقها من وراء البحث، ثم يتم تحديد المشكلة وصياغتها، متبوعة بالتساؤلات التي يسعى لإيجاد إجابات لها، والفروض الأساسية.
3. الإشارة إلى أهمية الدراسة العلمية والعملية.
4. تحديد أهداف البحث.
5. تحديد المفاهيم العلمية المستخدمة في البحث والواردة خاصة في عنوان البحث وإشكاليته.
6. الإشارة إلى نوع الدراسة (استكشافي، وصفي، اختبار العلاقات السببية) والعوامل التي أدت إلى اختيار هذا النوع دون غيره.
7. تحديد المنهج المستخدم.
8. الإشارة إلى أدوات البحث: أي أساليب جمع المعلومات (استبيان، مقابلة، ملاحظة، تجربة).
9. تحديد مجتمع البحث أو العينات المختارة: وفيه يتم تحديد مجتمع البحث الذي أجريت عليه الدراسة وأساليب تقدير حجمه ونوعيته.
10. الإشارة إلى البحوث والدراسات السابقة: حيث يتم عرض التراث العلمي حول موضوع البحث والمناهج المستعملة في معالجة المشكلات السابقة وأوجه الشبه والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية للباحث والبعد الذي تأخذه هذه الأعمال.
11. تحديد مجالات البحث وأبعاده هي (بشري – جغرافي – زمني).
12. مرحلة جمع البيانات.
13. مرحلة تفريغ وجدولة البيانات.
14. مرحلة تحليل وتفسير البيانات والنتائج ومناقشتها: يجب عرض الوقائع والنتائج بمناقشتها والتعقيب عليها، ولا تصاغ التعميمات للنتائج

إلا بعد التأكد من توفر كل الشروط الملائمة للتعميم، أي يمكن تطبيق هذه النتائج في ظروف ملائمة نسبيا، والمناقشة تعني إبراز ما تنطوي عليه من دلالات نظرية وقيمة علمية مستقبلية إلى جانب التوصيات والاقتراحات.

15. كتابة المراجع العلمية
16. إرفاق الملاحق

2. المنهج الكمي في بحوث الإعلام:

إن المناهج الكمية تهدف في الأساس إلى قياس الظاهرة موضوع الدراسة. وقد تكون هذه القياسات من الطراز الترتيبي (ordinales)، مثل: أكثر من، أقل من، أكبر، أصغر... أو عددية باستعمال الحساب، استعمال المؤشرات والنسب والأدوات التي يوفرها الإحصاء.[2] ولكن أغلب البحوث العلمية عامة وبحوث الإعلام والاتصال تستعمل القياس. كما تعرف المناهج الكمية أنها تلك البحوث العلمية التي تفترض في منهجها وجود حقائق اجتماعية موضوعية، منفردة ومعزولة عن مشاعر ومعتقدات الأفراد، وتعتمد على الأساليب الإحصائية في الغالب، في جمعها للبيانات وتحليلها.[3]

تنطلق المناهج الكمية من استخدام الفروض العلمية، باعتبارها إجابات مؤقتة أو حلولا تتعلق بوصف واقع معين، من خلال بناء علاقات وقياس بعض المتغيرات، واستخدام البيانات المتوافرة لإيجاد علاقة إرتباطية أو سببية، كذلك تحاول المناهج الكمية التوصل إلى عموميات غير مرتبطة بالسياق الذي تنفذ فيه الدراسة، كما تهدف إلى تعميم نتائج البحث على حالات أخرى أو بالأحرى على مجتمع البحث.[4]

كما يستخدم الباحث في المنهج الكمي أدوات جمع البيانات، ليقيس متغيرات بحثه، مع العلم أن أداة جمع البيانات تعمل على تجميع بيانات بغرض إيجاد إجابة للسؤال السابق التحديد، ومن أمثلة هذه الأدوات الاختبارات، الاستمارات والخ.

ويصل الباحث من البيانات لنتائج يستطيع تعميمها على أكبر كمّ وعدد من أفراد العينة، وكلما زاد عدد أفراد العينة، زادت احتمالية تعميم النتائج وزادت قوة النتائج.- مثلا: دراسة علاقة العنف والتلفزيون عند الأطفال. ونجد في المنهج الكمي أنّ استعمال

العينات تكون عشوائية أو احتمالية في الغالب لتمثل مجتمع الدراسة، بعدد مناسب وكبير نوعاً ما. على صعيد آخر، نجد المنهج الكمي الذي يعتمد على تشكيل أو بناء علاقة نسبية بين المتغيرات من خلال جداول ارتباطية من خلال القيم، النسب، الجداول إحصائية، والمقاييس الإحصائية، مثلاً: معامل الارتباط، مقاييس التشتت، النزعة المركزية، التباين، الخ.

3. المنهج الكيفي في بحوث الإعلام:

هوالأسلوب العلمي الذي يفترض وجود حقائق وظواهر اجتماعية يتم بناؤها من خلال وجهات نظر الأفراد، والجماعات المشاركة في البحث، فيكون هدفها فهم الظاهرة موضوع الدراسة. وعليه ينصب الاهتمام هنا أكثر على حصر معنى الأقوال التي تم جمعها أو السلوكات التي تمت ملاحظتها.[5]

كما نجد أيضاً أن المنهج الكيفي هو ذلك الأسلوب العلمي الذي يهتم بدراسة الظواهر التي يتحدث ويشارك فيها المبحوثون مع الباحثين في البحث عن الحقيقة، وهذا ما جعل أداة الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة الكيفية، وبحوث سيرة الحياة، وطريقة المحادثة الجماعية، والمنهج الوثائقي، تشهد عملية إحياء، وعليه فالمنهج الكيفي هو الذي يرى في المجتمع وإنسانه وتاريخه كتاباً مفتوحاً، يتعلم منه، لا يعلمه، ويستخلص المعرفة مباشرة من الإنسان وعالم حياته، ويفسر التغيرات النوعية في المجتمع المعقد، فهو مفهوم مركب لمداخل نظرية ومنهجية مختلفة جدا إلى الواقع الاجتماعي[6]. يستخدم المنهج الكيفي عينات غير الاحتمالية (غير عشوائية) تتسم بالقصد أو العمدية أو الثلجية، لأن الباحث يختار الأفراد والمواقع التي يرى أنها ستعينه في فهم الظاهرة التي يدور حولها البحث، مع الحصول على تصريح من الجهة أو الأفراد الذين سيجري عليهم الدراسة. فعملية جمع البيانات الكيفية تتم من خلال المقابلات والملاحظات، والوثائق وتجمع البيانات عبر أسئلة مفتوحة النهاية.

إن المنهج الكيفي يبدأ غالباً بتحليل الحالات، ثم القيام بالمقارنة وتعميم هذه الحالات، إضافة إلى ذلك، فإن المنهج الكيفي ينطلق من بنية الواقع، ومن البنى الذاتية للمبحوثين، وطريقة البحث كعملية بناءة. ومنه نجد أهمية مصادر البيانات المرئية (الملاحظات، المقابلات، الوثائق، الصور، الفيلم) فهو ما زال منهجاً نصياً، ينطلق من مفهومي الفهم

والمغزى، وهذا ما نسميه بتحليل المضمون أو تحليل المحتوى.

ويسعى أسلوب تحليل المحتوى إلى المقارنة الكمية المنهجية للمضمون الظاهر للمواد الاتصالية إلى الحصول على الاستدلالات الكيفية.[7] فهناك فرضيات وخصائص مشتركة المنهج الكيفي، التي حددها «Herbert Blumer » وهي:

أ) يفهم الواقع الاجتماعي بوصفه نتاجا مشتركا من المعاني والارتباطات المتولدة عن التفاعل الاجتماعي، فالبشر يتصرفون، كما يقول (بلومر) بناء على المعاني المشتركة، التي يرجعونها إلى المواضيع والأحداث والمواقف والأشخاص. نستخلص بالنسبة إلى المنهج الكيفي، كنقطة أولية، أن التركيز ينصب على أشكال ومضامين عمليات الإنتاج اليومية، وعلى بناء أنماط الرؤى الذاتية ونموذجات التفسير للفاعلين الاجتماعيين.

ب) تحليل عملية التفاعل والاتصال بواسطة أدوات الملاحظة وتحليل المضمون.

ج) إن البشر يعيشون في ظروف حياتية مختلفة، تحدد موضوعيا من خلال بعض المقاييس مثلا: الدخل ومستوى التعليم، المهنة، السن، ظروف السكن. إن ظروف حياتهم عن طريق المغزى بشكل شامل وتركيبي يمنح هذه المقاييس معنى تفسيريا.

4. التكامل بين المنهج الكمي والكيفي (النوعي):

من خلال المعطيات السابقة، يتضح أنه من الضروري أن تراجع العلوم أسسها المعرفية والمنهجية، وتطورها وفقا لتطور الواقع، ولا بد من إزالة التناقض حول الثنائية بين المنهج الكمي والكيفي. وعليه نؤكد على منهجية الوحدة لا منهجية الاختلاف من خلال تفاعل وتداخل ودمج بينهما، والاستعانة بمعطياتهما والاستفادة من إيجابيتهما. يقوم الباحث في الإجراءات التتابعية بالسعي إلى تفصيل نتائج إحدى الطرق باستخدام طريقة ثانية. وقد يتضمن ذلك البدء بالطريقة النوعية لأسباب استكشافية، ثم يتابع البحث بطريقة كمية باستخدام عينة كبيرة يستطيع الباحث التعميم منها على المجتمع. وقد يبدأ الباحث دراسته بالطريقة الكمية باستخدام عينة كبيرة يستطيع منها الباحث التعميم على المجتمع. وقد يبدأ الباحث دراسته بالطريقة الكمية ليختبر بعض النظريات أو المفاهيم، ويتبع ذلك باستخدام الطريقة النوعية التي تتضمن استكشافا تفصيليا بعدد قليل من الحالات أو الأفراد.

وفي الإجراءات المتزامنة يقوم الباحث بدمج الطريقتين الكمية والنوعية للحصول على تحليل شامل لمشكلة البحث، وفي هذا التصميم يجمع الباحث البيانات بالطريقتين في نفس الوقت ثم يدمج المعلومات التي حصل عليها أثناء مناقشة النتائج وتفسيرها. وفي هذه الطريقة يقوم الباحث أيضا بدمج بيانات إحدى الطريقتين في بيانات الطريقة الأخرى، ثم يجمع بيانات كبيرة ليقوم بتحليل مستويات مختلفة من الأسئلة أو وحدات مختلفة من البيانات وبخاصة إذا كان يجمع البيانات من مؤسسة كبيرة جدا.[8]

يقوم الباحث في الإجراءات التحويلية بعرض تصور نظري شامل يجمع بين الطرقتين الكمية والنوعية. ويقدم في هذا التصور إطاراً للموضوعات التي تشملها الطريقتان وطرق جمع البيانات، والنتائج أو التغيرات التي يتوقعها الباحث. وفي داخل هذا التصور يمكن عرض موضوعات الدراسة وطريقة جمع البيانات التي تستخدم الطريقتين الكمية والنوعية في نفس الوقت، والنتائج المتوقعة.

فليس غريبا أن تكون الدراسات الكيفية قد سجلت حضورها في بعض مجالات الاتصال والإشهار والتسويق، خاصة تلك المرتبطة بوسائل الاتصال الجديدة: الأنترنت، والهاتف الخلوي...في الجحزائر وسائر الدول العربية، لكنه حضور خجول. وذلك لأن هذه المناهج، ظل يتجاهلها عديد الطلبة والباحثين في الجزائر وقد يكون السبب في تجردها من كل صفة علمية، أو يضعها في الاتجاه المعارض أو المناهض للمناهج الكمية، أو الأجدر عدم سهولة استخدامها وتوارث تقليد الاعتماد الكلي على التكميم.

حقيقة، إن هذه النظرة لم تختف نهائيا في العديد من الدول الغربية، بما فيها تلك التي تعيش عنفوان العودة لاستخدام البحث الكيفي في العلوم الاجتماعية، مثل كندا، حيث مازال النقاش محتدا حول العديد من المحاور المرتبطة به، مثل: موضوعيته ومفاضلته على البحث الكمي، وهشاشة أدوات قياسه، إلا أن محتوى النقاش وأهدافه قد تغيرت، خاصة بعد أن انتهت الدراسات النظرية إلى التأكيد على أن البحوث الكمية لم تعد تكتفي بما تملكه من معطيات إحصائية، وذلك لأن المعالجة المعمقة للمعطيات الكمية لا تتيحها العمليات الرياضية وحدها. وأن هناك وعيا بأن طبيعة البحث وإشكالياته تحدد نوع المقاربة المنهجية وأدوات البحث.

ففي هذا المقام يمكن الإشارة إلى أن بعض الباحثين أصبحوا يستعينون بالمقابلة المباشرة، والمجموعة البؤرية Focus Group التي تقدم معلومات نوعية عن الأشخاص ودوافع سلوكهم وآرائهم ومواقفهم من أجل صياغة الاستبيان حتى تغطي جميع جوانب البحث، أو يستخدمونها بعد أن يقوموا بتفريغ استمارات الاستبيان لتعميق دراسة ما توصل إليه البحث الكمي وتحليله. هذا ما تؤكده البحوث المعاصرة المتعلقة بالإشهار والتسويق، على سبيل المثال.

5. البحوث الكمية والبحوث النوعية والجمع بينهما:

فالبحوث الكمية Quantitative Research: هي نوع من البحوث العلمية التي تفترض وجود حقائق اجتماعية موضوعية، منفردة ومعزولة عن مشاعر ومعتقدات الأفراد وتعتمد غالبا الأساليب الإحصائية في جمعها للبيانات وتحليلها. أما البحوث النوعية Qualitative Research: البحث النوعي هو نوع من البحوث العلمية، التي تفترض وجود حقائق وظواهر اجتماعية يتم بناؤها من خلال وجهات نظر الأفراد والجماعات المشاركة في البحث. ويكون دور الباحث فيها دورا اجتماعيا متفاعلا، لكنه يعتمد على الذاتية المنضبطة للابتعاد عن التحيز في جمع البيانات وتفسيرها، ولا يهدف البحث النوعي إلى تعميم النتائج بل إلى توسيع نتائج الحالة للاستفادة منها في حالات أخرى.[9]

ويختلف عن البحث الكمي في كونه لا يركز على التجريب وعلى الكشف عن السبب أو النتيجة بالاعتماد على المعطيات العددية. فالسؤال المطروح في البحث النوعي هو سؤال مفتوح النهاية ويهتم بالعملية والمعنى أكثر من اهتمامه بالسبب والنتيجة. بينما البحث الكمي يركز على التجريب وعلى الكشف عن السبب والنتيجة بالاعتماد على المعطيات الرقمية والعددية.

والبحث النوعي هو أيضا البحث التفسيري لأنه لا يكتفي بالوصف فقط بل يتعدى ذلك إلى التحليل والتفسير أو العمل الميداني، وهناك فرق بينه وبين البحث الوصفي الذي يأتي ضمن أنواع البحث الكمي الذي يعتمد أساسا على الاستبيانات والأرقام الناتجة عنها.

6. السمات العامة والأساسية للبحث النوعي:

لقد انتشر اللجوء إلى البحث النوعي في أواخر الستينات وبداية السبعينات من القرن الماضي، عندما ازداد اهتمام الباحثين بتعددية منهجية البحث العلمي، واعتقاد البعض أن البحوث العلمية والاجتماعية لم تعد تتناول الحقائق اليومية لأفراد المجتمع وضرورة الاقتراب من الظواهر في البيئة الطبيعية التي يتواجد بها الأفراد وهذا يتطلب التحول من البحوث الكمية إلى نوع جديد يتطلب منظورا جديدا هوالبحث النوعي. وأما خصائصه الأساسية فيمكن إبرازها فيما يلي:[10]

- يركز بشكل أساسي على العمل الميداني.
- يؤكد البحث النوعي على الإجراءات Process أكثر من تأكيده وتركيزه على المخرجات والنتائج.
- يهتم الباحث النوعي بالدرجة الأساس بالمعاني المتعلقة بكيفية جعل معنى لحياة الناس وتجاربهم وبنيتهم الحياتية.
- الباحث في البحث النوعي هوالأداة الرئيسية لجمع البيانات وتحليلها.
- البحث النوعي الإستقرائي حيث يستقرئ الباحث ويبني مستخلصاته ومفاهيمه وافتراضاته ونظرياته من خلال التفاصيل التي يحصل عليها، فالبحث النوعي يعد بمثابة أداة استخدام لاستكشاف موضوع ما أو مشكلة لم يسبق بحثها.

7. مقارنة بين البحوث الكمية والبحوث النوعية:

إن أهم الفروق بين البحوث الكمية والبحوث النوعية تكمن في الاختلاف في المنطلقات والدوافع الاجتماعية: حيث يتبنى البحث الكمي نظرة تفترض وجود حقائق اجتماعية موضوعية معزولة عن مشاعر ومعتقدات الأفراد ويتم قياسها بأدوات تتوفر فيها الخصائص الأساسية من صدق وثبات. إلا أن البحث النوعي يفترض وجود مؤثرات يتم بناؤها اجتماعيا من خلال وجهات نظر الأفراد للموقف؛ لذا يحاول الباحث في البحث النوعي فهم الظاهرة في ظروفها التي تمت وحدثت فيها. كما أن البحث النوعي يسلم بأن

السلوك الإنساني يكون مرتبطاً بالبيئة التي يعيش فيها المبحوثون، بينما تدعو البحوث الكمية إلى عزل السلوك الإنساني عن المحيط الذي يتواجد فيه الأفراد المعنيون بالبحث.

هدف البحث الكمي يختلف عن هدف البحث النوعي : تهدف البحوث الكمية إلى اختبار بعض الفرضيات التي تتعلق بوصف واقع معين من خلال بناء علاقات وقياس بعض المتغيرات واستخدام البيانات لإيجاد علاقة ارتباطيه أو سببية كما أنها تحاول التوصل إلى عموميات غير مرتبطة بالسياق الذي تنفذ فيه الدراسة كما يهدف إلى تعميم نتائج البحث على حالات أخرى. أما البحث النوعي فهوأكثر اهتماما بفهم الظاهرة الاجتماعية من منظور المشاركين أنفسهم ومن خلال معايشة الباحث لحياة المشاركين العادية، حيث يعتقد الباحثون النوعيون أن الأفعال الإنسانية وآراء الأفراد ومعتقداتهم تتأثر بالبيئة التي تحدث فيها. ومن خلال الإطار الذي يفسر فيه الأفراد أفكارهم ومشاعرهم وأفعالهم. ويتم التوصل إلى هذا الإطار من قبل الباحث خلال جمع البيانات وتحليلها، ولا يهدف الباحث النوعي إلى تعميم النتائج بل توسيع نتائج الحالة التي كثيرا ما تقود إلى مواقف وحالات قد تكون مشابهة.

كما أن المعاينة والعينات العشوائية في البحث الكمي لتمثل مجتمع الدراسة بعدد مناسب وكبير نوعا ما، أما عينات البحث النوعي فتكون مقصودة عددها محدوداً وتتوفر فيها الخصائص المدروسة ويتم اختيار الأفراد بصورة هادفة. والاستبيان في الغالب يستخدم في جمع البيانات في البحث الكمي وكذلك المقابلات أو الملاحظات المبنية بناء محكما مسبقا.

أما في البحث النوعي فتستخدم المقابلة المعمقة غير النمطية والملاحظة المشاركة غير المبنية مسبقا، وبالنسبة لتحليل البيانات في البحث الكمي يتم بعد الانتهاء من جمع كل البيانات، بينما يتم تحليل البيانات في البحث النوعي أثناء جمعها، وهنالك تحليل شامل في نهاية جمع البيانات.[11]

إلى جانب ما سبق فتجدر الإشارة، أن البحوث النوعية لا تركز على الطرق الرقمية والاحصائية في تفسير البيانات المجمعة والنتائج كما في البحوث الكمية.

8. الجمع بين النوعين الكمي والنوعي في البحث العلمي:

لزيادة الإيضاح في المقارنة بين النوعين الكمي والكيفي في البحث العلمي فإن العديد من الباحثين يعتقدون بأن كلا البحثين الكمي والنوعي يكمل بعضه الآخر سواء استخدما معا في بحث واحد أو استخدما متفرقين عن طريق أكثر من باحث واحد، لذا فإنه يشبه البعض البحث الكمي بأنه عملية إنتاج خريطة لمكان ما، وهذا ضروري لتلمس الطريق إلى ذلك المكان.

ويشبهون البحث النوعي على أنه إنتاج شريط تلفزيوني لهذا المكان. فالخريطة مهمة للغاية، لأنها ترسم الطريق إلى الموقع وتوضح علاقته بالأماكن الأخرى المجاورة والبعيدة. إلا أن الخريطة لا تستطيع أن توضح ما يشبهه ذلك المكان وتعطي التفصيل المنظور والحي، والذي هودائم التغيير.

9. الدمج بين البحث الكمي والبحث النوعي:

بإمكان توجه الباحث نحو الآتي :

أ. الاستعانة بأداة الاستبيان التي هي من أدوات البحث الكمي إلى جانب المقابلات المعمقة الطويلة والملاحظات النوعية المستخدمة في البحث النوعي.

ب. بالإمكان أن تكون البيانات المجمعة رقمية إحصائية وكذلك الاستنتاجات هي الأخرى تكون رقمية إحصائية مثل تلك المستخدمة في البحوث الكمية وإلى جانب ذلك بالإمكان أن تكون نتائج وصفية إنشائية معمقة أيضا، كما هوالحال في البحوث النوعية.

جـ. المرونة في دور الباحث واندماجه في الموقف كما هوالحال في البحوث النوعية، إلى جانب الأخذ بالاعتبار الحذر والابتعاد عن التحيز، كما هوالحال في البحوث الكمية.

10 ـ ما يقدمه الطلبة في بحوث الإعلام والاتصال (التحليل الكمي والكيفي ونقائص البحث العلمي في الجزائر)

ما يؤخذ على بحوث الإعلام والاتصال التي يقدمها طلبة كلية الإعلام والاتصال هو أنها تركز كثيرا على القياس، أما التحليل والتفكير فيأتي بعده أو يتم إغفاله تماما. ومن خلال متابعتنا لما يناقش من بحوث علمية في كلية الإعلام والاتصال يؤكد شبه غياب البحث الكيفي. فالتطور الرهيب في وسائل الاتصال الجديدة شرع استخدام مصطلح وسائل الاتصال الجماهيرية الفردية Self Mass Media، وأفرز انشغالات بحثية جديدة، وطرح مواضيع بحثية مستجدة تتمحور حول تمثّل هذه الوسائل، واستخدامها، مما عزز مكانة المنهج الكيفي في حقل علوم الإعلام والاتصال. وما يدعم ضرورة ووجوب اعتماد المناهج والأدوات النوعية ما يلي:

- عدم كفاية أداة الاستبيان في البحث العلمي: فأمام ضيق هامش حرية التعبير والتفكير يصعب على الاستبيان أن ينتزع معلومات صادقة وكاملة ودقيقة من المبحوثين. فإجابتهم على بعض الأسئلة التي تتضمنها الاستبيان تكون محددة مسبقا بحالة الريبة أو الخوف من سيف الحجاج أو طمعا في ذهب المعز، كما يُقال.

  والمبحوثون الذين يجيبون على بعض أسئلة الاستبيان دون خوف من أن تصل آراؤهم ومواقفهم إلى السلطات العمومية أو الجماعات الضاغطة، يمارسون الرقابة الذاتية على ما يدلون به من إجابة نتيجة الإكراه الذي تمارسه الثقافة السائدة.

  يتهربون من الإجابة الدقيقة بتقديم عبارات عامة تتماشى مع الأراء السائدة والمهيمنة. فالسلطات العمومية تمارس رقابتها العلنية والضمنية على المعلومات وتداولها في المجتمع.

- اعتمدت غالبية بحوث الإعلام والاتصال على تحليل المضمون، ورسخته كأداة كمية لدراسة الخطاب الإعلامي. وحاولت أن تثبت أهميته انطلاقا من تكميم العناصر التي تشكله. ولئن حاولت هذه

البحوث أن تبيّن نقائصه، فإنها لا تنسبها إلى بنيته أو المنطق الذي يخضع له، بل للوسيلة الإعلامية التي تبثه. حقيقة لقد حاولت بعض البحوث العلمية أن تدرس الخطاب الإعلامي في المنطقة العربية مثلا، خاصة في دول المغرب العربي، من خلال الاستعانة بالمستوى النوعي لتحليل المضمون، لكنها اصطدمت، مع الأسف، بحدود التحليل السيميائي، الذي يتعاطى مع الخطاب الإعلامي كنص منغلق على ذاته ومكتفيا بما يتضمنه من دلالات، بمنأى عن المتلقي، الذي أصبح شريكاً نشيطاً في عملية إنتاج المعنى مما يقرأ أو يسمع أو يشاهد. (يجب دراسة الرسالة والمتلقي الجمهور أي تحليل المضمون ودراسة المحتوى الثاني الذي أنتجه المتلقي، بمعنى الفعل الذي يمارسه المتفرج، أو القارئ، أو المستقبل للرسالة الاتصالية الإعلامية. أي الفرد كإنسان له مكوناته النفسية والاجتماعية لتفسير ما يتلقاه. وقد أولت الدراسات الحديثة اهتماما خاصا لموضوع التلقي، وركزت على العلاقة التي تقام بين الفرد المتلقي والموضوع أي الرسالة، ومن أمثلة ذلك التلقي المسرحي، الوعي البيئي للمواطن، الإعلام البديل وتمثلاته لدى المستخدم الإلكتروني...).[13]

- بالنسبة لمواضيع البحوث الخاصة بجمهور التكنولوجيات الحديثة الصحافة الإلكترونية، المدونات، شبكات التواصل الاجتماعي لا تكفي معرفة الجمهور من خلال إبراز بعض المؤشرات الكمية: التكرار، المدة، المنطقة الجغرافية، وغيرها. أي عدد زوارها مع فرزهم: الأوفياء، ومن يزروها لأول مرة، والمدة الزمنية التي استغرقها كل فرد في زيارتها، والمنطقة الجغرافية التي يتصل منها.

وإن المعرفة العمودية لجمهور وسائل الاتصال الحديثة يتطلب جهدا نوعيا لفهمه أكثر. ولا يمكن لهذا الجهد أن يحقق وعوده دون استخدام أدوات منهجية أكثر قربا من مكونات هذا الجمهور.[14]

- الاستعانة بالأساليب الحديثة تقنيات تكنولوجيا الاتصال (تقنية LRM، قياس الفعالية باستخدام تقنية البحث الإثنوغرافي، الملاحظة بالمشاركة....)

يشير نصر الدين العياضي في دراسة له إلى ابتعاد الدراسات والبحوث الإعلامية في المجتمعات الغربية، تدريجيا، عن مفهوم التأثير، واهتمامها بمفهوم الاستخدام الذي يحيلنا إلى نوع من تمثّل الجمهور - المستخدم- لوسائل الإعلام الجديد. فيتضمن مفهوم الاستخدام، على الصعيد الاصطلاحي، معنيين أساسيين، وهما: المعنى الأول يحيل إلى الممارسة الاجتماعية التي يجعلها التكرار والتعود شيئا مألوفا وعاديا في ثقافة ما. وبهذا، فإنها تقترب من العادات والطقوس. أما المعنى الثاني فإنه يحيلنا إلى استعمال شيء ما سواء كان ماديا أو رمزيا لغايات خاصة. وهذا ما يدفع إلى التفكير في الاستخدام الاجتماعي للعدة التكنولوجية ومساءلة دلالاته الثقافية المعقدة في الحياة اليومية[15].

كما تساعد المناهج الكيفية (النوعية) على استمرار إنتاج إشكاليات جديدة في البحث العلمي: هل أن الاستخدام المتكرر للأنترنت بغية الترفيه أفضى إلى تجديد الممارسة الاجتماعية؟ وهل أن تمثُّل الأنترنت هو الذي أدى إلى استغلال هذه الشبكة للترفيه أم أن الترفيه هو الذي أدى إلى تمثل شبكة الأنترنت والتحكم في استخدامها الحالي والمستقبلي؟

يصعب الوصول إلى إجابة كاملة ومقنعة على هذه الأسئلة في غياب البحوث النوعية. فهذه الأعمال لا تفرض على الباحث صياغة إشكاليته وفرضياته والنزول إلى الميدان للتحري حول ملفوظاتها فحسب، بل تملك بعض المرونة حيث تسمح للباحث بتعديلها وإعادة صياغتها وفق تطور ملاحظاته ومعاينته لمجتمع البحث في أثناء تفاعله مع الظاهرة المدروسة. [16]

وفي الختام يمكن القول أن العلم لم يكن أبدأ أسير منهج واحد محدد، فالعلم لم يأت عن طريق واحد بل بتعددية منهجية، فكل منهج مقبول مادام يلائم طبيعة المشكلة المطروحة للبحث.

الهوامش والمراجع:

1 - سلطانة بلقاسم وحسان الجيلاني: محاضرات في المنهج والبحث العلمي، الكتاب الثاني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص85.

2 - حسن الساعاتي: تصميم البحوث الاجتماعية، دار النهضة العربية، بيروت، 2003، ص ص217، 218.

3 - موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر بوزيد صحراوي وآخرين، ط2، دار القصبة، الجزائر، 2006، ص100.

4 - عامر قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2008، ص 45.

5 - نصر الدين العياضي: الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للبحث الكيفي: نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، تاريخ المعالجة الإكترونية 20مارس 2014، الرابط الإلكتروني:-wwwhttp://anfasse.org/index.php/2010-12-27-01-33-59/2010-12 (05-18-31-21/4345-nasser-eddine-liyyadi

6 - كمال عبد الحميد زيتون: تصميم البحوث الكيفية ومعالجة بياناتها إلكترونيا. عالم الكتب، القاهرة، 2006،ص39.

7 - موريس أنجرس: مرجع سبق ذكره، ص101.

8 - عرابي عبد القادر: المناهج الكيفية في العلوم الإجتماعية. دار الفكر، دمشق،2007،ص43.

9 - عبد الحميد محمد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. دار ومكتبة الهلال، بيروت،2009، ص21.

10 - رجاء محمود أبوعلام: مناهج البحث الكمي والنوعي والمختلط، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2013، ص ص83،82.

11 - المرجع السابق نفسه، ص 36.

12 - عبد القادر عرابي: المناهج الكيفية في العلوم الاجتماعية، دار الفكر المعاصر، سوريا، 2007، ص153.

13- شارلين هس بيبر وباتريشيا ليفي: البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية، ترجمة هناء الجوهري، ط1، المركز القومي للترجمة، 2013، ص213.

14- نصر الدين العياضي، مرجع سبق ذكره.

15- كمال عبد المجيد زيتون: تصميم البحوث الكيفية ومعالجة بياناتها إلكترونيا، دار عالم الكتب، الأردن، 2006، ص 301.

16- نصر الدين العياضي: مرجع سبق ذكره.

إشكاليات بحوث الاتصال

التحديات النظرية والتطبيقية

د. ياس خضير البياتي

جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا/ الإمارات العربية المتحدة

تمهيد

يُعد البحث العلمي ركناً أساسياً من أركان المعرفة الإنسانية في ميادينها كافة كما يُعد أيضاً السمة البارزة للعصر الحديث، فأهمية البحث العلمي ترجع إلى أن الأمم أدركت أن عظمتها وتفوقها يرجعان إلى قدرات أبنائها العلمية والفكرية والسلوكية.ومع أن البحوث تحتاج إلى وسائل كثيرة معقدة وتغطي أكثر من مجال علمي وتتطلب الأموال الطائلة، إلا أن الدول المدركة لقيمة البحث العلمي ترفض أي تقصير نحوه،لأنها تعتبر البحوث العلمية دعائم أساسية لنموها وتطورها.

وتعتبر الجامعة الركن الأساسي والجوهري في عقل الأمة وضميرها، فهي البوتقة التي تخرج منها الرؤى والأفكار والأبحاث في فروع المعرفة كافة، وقد أثبت التاريخ الحديث أن تقدم الأمم مرتبط بالمستوى العلمي لجامعاتها، وأن إصلاح الجامعات بشكل شامل يعد من أهم مفاتيح التغيير والإصلاح العام في المجتمع، لذلك فإن الخطوة الأولى للإصلاح هو تشخيص المشاكل المؤدية إلى أزمة الجامعات والبحث العلمي، وأهم هذه المشاكل هي المشاكل الإدارية والفنية والبحثية، إضافة إلى الافتقاد إلى الرؤية الشاملة ببعدها التكاملي.

إن غياب كل الجامعات والمراكز البحثية العربية عن الترتيب العالمي لأفضل 500

جامعة على مستوى العالم كل عام، أمر طبيعي ومنطقي في ظل تدني مخصصات التعليم والبحث العلمي، واستمرار نزيف هجرة العقول العربية للخارج، وسيطرة الأجواء الطاردة للكفاءات والقدرات، مع انخفاض دخول الأساتذة، وعدم تقدير صناع القرار للعلم والعلماء، وغياب حريات البحث العلمي كجزء أساسي من تقييد منظومة الحريات العامة في البلدان العربية؛ كما إن القطاع الخاص بالعالم العربي لايحتاج للبحث العلمي ولا يهتم به، لأنه يعتمد على التكنولوجيا المستوردة، بينما القطاع الخاص في أوروبا والدول المتقدمة هوالذي يمول البحث العلمي ويعتمد عليه، إضافة إلى عدم الاهتمام بالتعليم ما قبل الجامعي، لأنه في تدهور مستمر، وتدهوره يعني تدهور التعليم الجامعي، وتدني البحث العلمي. أضف لذلك ارتفاع نسبة الأمية في العالم العربي. وهوبمثابة خروج من دائرة التاريخ في المستقبل القريب، رغم أن الجامعات العربية غنية بالكوادر العلمية الراقية، في الداخل والخارج، لكن المشكلة أن لدينا منظومة إدارية فاشلة.

وبدون شك فإن البحث العلمي أصبح واحداً من المجالات الهامة التي تجعل الدول تتطور بسرعة هائلة وتتغلب على كل المشكلات التي تواجهها بطرق علمية ومرجع ذلك أن تأثير البحث العلمي في حياة الإنسان ينبع من مصدرين هما:

الأول: يتمثل في الانتفاع بفوائد تطبيقية. حيث تقوم الجهات المسؤولة بتطبيق هذه الفوائد التي نجمت عن الأبحاث التي تم حفظها باستخدام المدونات وتسهيل نشرها بالطبع والتوزيع وطرق المخاطبات السريعة التي قضت على الحدود الجغرافية والحدود السياسية.

الثاني: يتمثّل في الأسلوب العلمي في البحث الذي يبنى عليه جميع المكتشفات والمخترعات. هذا الأسلوب الذي يتوخى الحقيقة في ميدان التجربة والمشاهدة ولا يكتفي باستنباطها من التأمل في النفس أو باستنباطها من أقوال الفلاسفة. إذ أصبح محرك النظام العالمي الجديد هوالبحث العلمي والتطوير ولم يعد البحث العلمي رفاهية أكاديمية تمارسها مجموعة من الباحثين القابعين في أبراج عاجية. فالبحث العلمي هو:

- سلوك إجرائي وأسلوب منهجي علمي.
- يعتمد على منهجية علمية في جمع البيانات وتحليلها.
- يهدف لزيادة الحقائق التي يعرفها الإنسان ليكون أكثر قدرة على التكيف مع البيئة.

- يختبر المعارف التي يتوصل إليها قبل إعلانها بهدف التأكد منها.
- يشمل كل ميادين المعرفة ويعالج شتى أنواع المشاكل.

أولاً: العرب وبحوث الاتصال:

إن فك شفرة العقل العربي ومستقبل بحوث الاتصال وتطوره في القرن الحادي والعشرين، ترتبط بمحددات تتعلق بقضية الديموقراطية في المجتمع العربي، وأزمة الحرية في الفكر والتفكير، وامتلاك الوعي بالواقع وحركته. مثلما ترتبط أيضا بواقع المجتمع العربي وثقافته، وهي ثقافة تقليدية تشمل كل القيم والمعايير والعادات والدين والمعلومات والأفكار والأخلاق، داخل مجتمع تقليدي يتميز بخصائص اجتماعية ذات بنى متناقضة ونمطية : بنى أسرية واسعة تحشد بشكل متحرك ومطاط عدداً كبيراً من العناصر ،متشابكة المصالح والتأثيرات ويستتبع ذلك مجموعة كبيرة من القيم الاجتماعية العشائرية والقبلية التي تحكم مسارات العلاقات العامة في هذا الإطار المؤسسي الأول، وبنى اقتصادية ضعيفة قريبة من الزراعة وبعيدة عن معطيات التكنولوجيا. وكل هذه البنى الاجتماعية تشكل الإطار المؤسسي العام الذي يتحرك من خلاله البحث العلمي.

إن التصور الذي يحمله الساسة وأصحاب القرار في الوطن العربي عن البحث العلمي بشكل عام وبحوث الاتصال بشكل خاص، تصور يمكن وضعه في خانة الخطاب الموجه للاستهلاك الخارجي، ولا يخرج عن إطار التسويق السياسي. ومن هذا المنطلق عمدت مختلف الحكومات العربية إلى إنشاء وزارات للبحث العلمي، وإنشاء مراكز للبحوث. وغير خفي على أحد، أن هذا الخطاب السياسي يضمر عداء لفكرة البحث العلمي ويتجلى ذلك في التردد والتخوف من الانعكاسات المحتملة للبحث العلمي على المجتمعات العربية بما فيها مسألة دمقرطة الحياة السياسية والمشاركة والمساءلة وحرية الإعلام. كما أن الواقع السياسي في الوطن العربي مازال بعيداً عن توفير أجواء الانخراط التام في مجتمع المعلومات، وهو في أمس الحاجة إلى التحديث. (البياتي، ياس،2014،ص508)

وعلى الرغم من أن الوطن العربي يضم أكثر من 375 مركز بحث، 20 % منها مركز متخصص،12 % تابع للجامعات، 51 % منها تابع للوزارات،18 % تابع لجهتين

أو أكثر ويوجد عدد كبير من العلماء يتوزعون على اختصاصات متعددة، منهم 26 % في العلوم الطبيعية، 24 % في العلوم الزراعية، 20 % في العلوم الهندسية، 8 % في الاقتصاد والإدارة، 22 % في العلوم الإنسانية. ولكن حقيقة الأمر لا تسر، وذلك لأن عدد العاملين في مؤسسات البحث العلمي قليل، إذ تبلغ نسبتهم 204 علماء لكل عشرة آلاف من السكان وهي نسبة متدنية خاصة عند مقارنتها مع ما يوجد من العلماء في البلدان المتقدمة، مثل اليابان التي تبلغ النسبة فيها 35.5 % لكل 10 آلاف نسمة، والولايات المتحدة 26.8 %، وأوروبا 16.3 % كما أنها أقل من المعدل العالمي الذي يبلغ 12.2 % لكل عشرة آلاف نسمة (رشيد، أمينة، 2008).

كما جاء في التقرير العام 2010، أن الإنفاق على البحث العلمي في العالم العربي يأتي في المستويات الأخيرة في العالم، ففي الدول العربية الإفريقية وصل إلى 0.3 % خلال السنوات ما بين 2002،2007 من جملة الناتج القومي بينما وصل الإنفاق في الدول العربية الأسيوية 0.1 % في الفترة نفسها، بينما وصل الإنفاق على البحث العلمي على مستوى العالم 1.7 % من جملة الناتج القومي، ووصل الى الإنفاق العالمي في إسرائيل ما بين 4.6 % و% 4.8 خلال عام 2006 (اليونسكو، 2010،ص33)

يضاف إلى ذلك أن الأموال التي تنفق على البحث والتطوير كنسبة من الناتج القومي قليلة جدا رغم أن البحث العلمي عماد كل تخطيط وعصب كل تنمية، إذ بواسطته تم وضع خطط التنمية على أسس سليمة ومتينة. فالمؤشرات الإحصائية التي تشكل مادة مهمة في رصد واقع البحث العلمي في البلدان العربية ومقارنته بدول العالم الأخرى تبين لنا القصور الذي تعاني منه مؤسسات البحث العلمي في الوطن العربي، ولا سيما مؤشر الإنفاق المالي على البحث العلمي.

ويرى (الحارثي، 2011، ص56) أن البحث العلمي في الوطن العربي مقارنة بالدول الغربية المتقدمة يعاني من ضعف شديد سواء في عملية الإنفاق، أو في برامج الجودة، فإذا نظرنا إلى الإنفاق على البحث العلمي في الوطن العربي لا تتعدى القيمة 535 مليون دولار، أي ما يساوي 11 في الألف من الدخل القومي لتلك البقية من العالم، ومعظم الدول العربية لا تظهر أرقاماً وإحصاءات عن الباحثين والبحث العلمي، فإذا ظهر شيء من ذلك فيكون غير مطمئن، ولا يتعدى ما بين (0.6 % 0.2 %) تقريبا، كما

أن جملة الباحثين في الوطن العربي هم أقل من 16 ألف باحث، وفى إحصائيات صادرة عن الجامعة العربية في العام 2006 أنه يقابل كل مليون عربي 318 باحثاً، في الوقت الذي تصل فيه النسبة في الغرب إلى (4500 باحثٍ لكل مليون شخص)

وتشير بعض الدراسات إلى أن المؤسسات البحثية العربية تعاني من مشكلات عديدة من بينها: انفصام الصلة بين الجامعات وحقل الإنتاج، وابتعاد الجامعات عن إجراء البحوث المساهمة في حل المشكلات الوطنية، إضافة إلى عدم مشاركة المؤسسات الكبرى والشركات والأثرياء من الأفراد في نفقات البحث العلمي. فمراكز البحوث والجامعات العربية تعاني من انفصال شبه كامل بينها وبين المجالات التطبيقية خارج أسوارها أو معاملها، والبحوث التي تجرى بين جدرانها من جانب أساتذتها إنما هي بحوث فردية لأساتذة يحاولون الإنتاج العلمي بغية الترقي، أو النشر، أو السمعة، وهي بحوث أضعف من أن تحل مشكلات المجتمع أو تعمل على تقدمه (ياقوت، محمد، 2007، ص132)

هناك علاقة وطيدة بين المنظومة التعليمية والبحث العلمي،خاصة في مؤسسات التعليم العالي، فهي الأساس في تخريج الكفاءات البحثية، وأي خلل في هذه المؤسسات ينعكس سلبا على البحث العلمي، فالمتتبع للسياسة التعليمية في التعليم الجامعي في الوطن العربي يجد أنها تنتهج أسلوب التلقين والحفظ، وهذا بدون شك لا يسهم في تطوير البحث العلمي.

ويرى (فرجاني،2005،ص89) أن جامعات الوطن العربي ما زالت تعتمد أسلوب التلقين ونقل المعرفة من خلال التدريس، بدلاً من البحث والاستنتاج، كما أن حداثة الجامعات في الوطن العربي هو أحد العوامل المسهمة في ضعف البحث العلمي مقارنة بالجامعات الغربية؛ وذلك أن مؤسسات التعليم العالي بشكل عام تستغرق وقتا في تجويد دورها المعرفي خاصة في مجال البحث العلمي

ويعد الباحث من أهم عناصر البحث العلمي؛ لذلك فإن الزيادة في عدد الباحثين في مختلف المجالات من أسس التنمية التي تسعى إليها كافة الدول، وتعد نسبة الباحثين إلى عدد السكان مؤشرا مهماً، حيث قدرت النسبة العالمية ب (1.5) بالألف. (الفيل، 2007، ص54)

وهذه الحقائق بشكل عام تعكس الوضع غير السار لحالة البحث العلمي في الوطن العربي، رغم اتفاق الجميع على أنه لا تقدم بدون بحث علمي يشمل جميع نواحي الحياة.

وسيبقى التعليم العربي تقليديا بوسائله ومضامينه، ولا يمكن للدول العربية التي تفتقر إلى القدرات الإبداعية أن تواجه تحديات العلم وثوراته بمنطق هذا التعليم دون أن يكون لها نظام مركب من التعليم والمعلومات والاستثمار، لأن معظم الجامعات العربية تفتقد إلى الكثير من مواصفات الجامعة العصرية وديناميكياتها وأساليبها الحديثة في التعليم والتعلم والإبداع، وتفتقر إلى رؤية قابلة للتطبيق في مجال التعليم والبحث العلمي والاختراع، مع فقدانها روح البحث العلمي، واختفاء المركز البحثي في حياتها، وباختصار شديد لا يمكن التفاعل مع العصر الرقمي وتحدياته، وإقامة مجتمع معلومات عربي بدون إيجاد بيئة عربيّة تنشّط البحث العلمي.

وبشكل عام فإن المعوقات التي تواجه المنطقة العربية كثيرة ومتعددة، الأمر الذي يجعلها من أقل دول العالم استفادة من البحث العلمي، ويتعلق بعض هذه الصعوبات بقلة الإمكانيات وضعفها قياسا بمتطلبات التطور التكنولوجي الذي يحتاج إلى كلفة كبيرة، إضافة إلى اعتبارات أخرى مثل انتشار الأمية الأبجدية في المنطقة العربية التي تصل إلى حدود 44 % من مجمل السكان، وارتفاع نسبة الفقر حيث تصل في بعض الأقطار العربية إلى حد 60 %.

وهناك العديد من التحديات التي تواجه البحث العلمي بشكل عام والبحث الإعلامي بشكل خاص في الوطن العربي من أهمها :

1- عدم وجود ترابط بين مراكز البحوث والمجالات التطبيقية، والجامعات وحقول الإنتاج، مع عدم إجراء البحوث التي تساعد على حل المشكلات الوطنية، وعدم مشاركة المؤسسات الكبرى والشركات في النفقات. (الطائي، محمد،2009)

2- انعدام الحريات الأكاديمية والفكرية العامة في المجتمعات العربية، وعدم توفير المناخ السياسي الملائم للإبداع، بإطلاق حريات الأفراد وتوفير إمكانيات المشاركة الفعلية أمامهم، سواء من النخب العلمية أو من مختلف قطاعات الشعب الأخرى.

3- قلة الحوافز المادية، والتبعية العلمية والتقنية للخارج، وضعف البنيات الأساسية للحراك الاجتماعي والاقتصادي العربي الذي يفترض أن يشكل القاعدة الصلبة لقيام

البحوث العلمية.(المقالح، عبد العزيز، 2009)؛

4- قلة المخصص للجامعات من وظائف «باحث» و«مساعد باحث»، وعدم القدرة على التواصل المثالي مع قنوات الإعلام المختلفة.(العامر،عثمان، 2010)؛

5- تعثر استراتيجيات التحديث العربية، وعدم توازنها وعدم فاعليتها واتساقها. (الباز، فاروق،2004،ص19)؛

6-عدم توافر المناخ الملائم للعمل البحثي، وانتشار البيروقراطية؛

7- غياب ترتيب الأولويات الوطنية للبحوث والدراسات العلمية، والتأثر بما يتداول عالميا من إشكاليات دون القراءة الواعية للاتجاهات والإمكانيات والقدرات والمهارات التي قد تكون متعذرة في هذا الصرح العلمي أو ذاك.

ثانيا :إشكاليات بحوث الاتصال:

إن من أهم ما يميز الأطر النظرية لعلم الاتصال أنها فتحت أفقها لمراجعات وانتقادات شاملة ساهمت في إبراز جوانب الضعف التي تعتريها لتنعكس بدورها على النظم الاتصالية المتأسسة عليها ويمكن لبيان ذلك الوقوف على بعض المراحل الرئيسية في مسيرة هذا النقد بدءاً بأطروحة نظريات الاتصال الأربع وما تعرضت له من انتقادات وما عبر عنه تقرير اللجنة الدولية لمشكلات الاتصال المعروف بتقرير (شون ماكبرايد) والمواقف المنهجية والعملية المترتبة عليه. ونتائج عمل الملتقيات الدولية لمجتمع (المعلومات – الاتصال – المعرفة) والمنتهية بقمة تونس 2005.هذا إلى جانب الجهود المشهودة للمدرسة النقدية التواصلية ومنهجيات التحليل الثقافي. ومنها أيضاً الأعمال لـ (جيمس كوران) و(روبرت كريج) والتي تتجه بذلك النقد وجهة عملية. وقد تبلور النقد المشار إليه آنفاً في الاعتراف بوجود اختلالات منهجية تعيق حركة وتطور دراسات الاتصال، تتلخص في عدم وجود جوهر نظري واحد تتمحور حوله الجهود التأصيلية لهذه العلوم، والاعتراف بحقيقة التمركز حول الرؤية والمنظور الأنجلو– أمريكي لدراسات الإعلام والاتصال.

ويكاد يتكون ما يشبه الاجماع – بين رواد العلم الاتصالي على اختلاف أصولهم المعرفية - حول عدم توفر مجموعة من النظريات المترابطة ترابطاً دقيقاً حول الاتصال

الجماهيري، "إذ لا يكاد يوجد -كما يقول عالم الاتصال الامريكي ملفن دفلور - حتى الوقت الحاضر أمر نظري ثابت نسبياً يمكن أن نطلق عليه نظرية الاتصال الجماهيري أو نظرية الإعلام، ولكن هناك الكثير من التوقعات حول الطريقة التي يحدث بها الاتصال الجماهيري. (فلير وروكيش، 2001، ص77)

وهناك عدة محاولات للتأريخ للفكر الاتصالي المعاصر منها تصنيف (حامد مولانا) والذي قسم مراحل تطور النظرية الاتصالية منذ أربعة عقود زمنية ماضية إلى عصرنا الحالى، واعتبر أن المعيار المنهجى الحاكم على العقد الأول تمثل في بحوث تدفق المعلومات information Sflow، أما العقد الثاني فقد اشتمل على مناهج علم النفس الاجتماعي وانعكس ذلك على دراسات وسائل الإعلام، أما العقد الثالث فاعتمد على المنهجية اللغوية وتبين ذلك في البحوث القائمة على التحليل الرمزي، أما العقد الرابع فاشتمل على مناهج متعددة الأبعاد وهي اقتصادية وسياسية وثقافية وتحليلية. (عبد الباري، 2018)

ويواجه البحث العلمي في الدول العربية العديد من المشكلات، كما تعاني بحوث الإعلام أيضا إلى جانب المشكلات العامة للبحث العلمي من مشكلات خاصة تؤثر في إمكانية استخدامها في خدمة المجتمع، وقد أدى التطور التكنولوجي المتسارع إلى حدوث تغيرات هائلة في كم ونوع البحث الإعلامي، كما أسهم في إقبال عدد كبير من الباحثين الإعلاميين إلى دراسة مجموعة من الموضوعات ذات العلاقة بهذه التقنية، مما أوجد العديد من الإشكاليات البحثية والمنهجية الناتجة من هذا التسارع المحتدم، وتثير تلك التغيرات المتسارعة والمستجدات الطارئة التي يشهدها الإعلام الجديد، على وجه الخصوص في السنوات الأعمال كثيرا من علامات الاستفهام والتساؤلات عما وصلت إليه دراسات الإعلام الجديد وهل ستلحق بهذا التطور.

وإذا كانت تلك الإشكاليات تمثل إشكاليات عامة تواجه البحث العلمي بشكل عام فهناك العديد من الإشكاليات التي تواجه الباحثيين في مجال الإعلام بكافة تخصصاته، من أبرزها الإشكاليات المتعلقة بالجوانب المنهجية وإشكاليات التطبيق العملي المتعلقة بالجمهور، ويمكن بلورتها في النقاط التالية:(عبد العزيز،عزة 2012)

1- الإشكاليات المنهجية:

- قصور مجال الإعلام والاتصال عن بلورة نظريات خاصة به حتى نهاية القرن العشرين، مع تشابك علوم متعددة في نطاقه، مما يجعله يعتمد على التطورات النظرية في هذه العلوم.
- لاتزال البحوث الإعلامية في العالم العربي بحوثاً كمية في أغلبها حتى وإن ظهرت محاولات لتطبيق المناهج الكيفية (كتحليل الخطاب)على سبيل المثال إلا أنها لاتزال متأثرة تطبيقياً بالمدرسة الامبريقية، حيث حاولت بعض الدراسات الجمع بينه وبين تحليل المضمون الكمي بطريقة تعسفية.
- صعوبة قياس تأثير الإعلام في الظاهرة المدروسة، نظراً لتداخل عدة عوامل ومتغيرات في إحداث هذه الظاهرة، وبالتالي في التأثير على فاعلية الإعلام،كما أن القياس الفوري والعاجل قد يعطي نتائج مضللة وخاطئة.
- عدم استخدام المناهج المختلفة في دراسة المشكلات الإعلامية، والاقتصار على استخدام منهج واحد، مما يؤدي إلى احتمال عدم إمكانية التوصل إلى المعلومات الصحيحة، وصعوبة التثبيت من صحتها ودقتها ودلالتها.

2- الإشكاليات الخاصة بالجمهور وتتمثل في:

- **الاختيار**: حيث تعتمد البحوث الميدانية اعتماداً كبيراً على أسلوب العينات نظراً لاتساع رقعة المساحة التي يشغلها الجمهور مع تقدم تكنولوجيا الاتصال ويحتاج اختيار العينة إلى إطار يتضمن كل مفردات مجتمع الدراسة، تسمح بتوفير إطار يزود الباحثين ببيانات دقيقة عن خصائص أفراد المجتمع.
- **نقص الوعي لدى الجمهور**: حيث يواجه الباحث صعوبات جمة في الحصول على البيانات المطلوبة من المبحوثين في القطاعات الريفية والشعبية والبدوية.
- **البحوث البعدية**: إذ إن بحوث الأثر الاجتماعي هي أصعب أنواع بحوث الإعلام. ذلك أن المتلقي يعيش في بيئة اجتماعية يخضع فيها لمؤثرات من داخلها وخارجها، ومن ثم تتعدد العناصر أو المتغيرات التي تؤخذ في الاعتبار عند دراسة الأثر ويصعب عزلها، وحتى لو أمكن عزلها ودراستها تتبقى مهمة جمعها معاً لتتفاعل.

- **التحديد والقياس**: أكثر المفاهيم التي تتعامل معها بحوث الإعلام لم تدخل بعد عصر القياس ولا تزال في طور الوصف الكيفي. كما لا تستخدم دائما نفس المصطلحات للتعبير عن نفس المدركات والأفكار بما يعرف بتوحيد المفاهيم، وقد كان ذلك – كما يؤكد الخبراء – من أهم أسباب صعوبة المقارنة بين نتائج البحوث.
- **الصدق والثبات في قضايا الرأي العام** : حيث يجد الباحثون المهتمون بقضايا الرأي العام صعوبات في الحصول على إجابات صادقة وثابتة في قياسات الرأي العام، التي تفترض الإلمام بهذه القضايا والاهتمام بها اهتماماً تفرضه المواطنة، كما يتطلب قدراً من التفكير والقدرة على تحليل الذات. وترتبط هذه المتطلبات ارتباطاً طردياً بالتعليم الجاد والواعي وهوما تفتقر إليه نسب ملحوظة من المبحوثين.

3 ـ وهناك إشكاليات في الأطر الإجرائية لبحوث الاتصال في الوطن العربي تتمثل باختصار:

أ- مجتمع الدراسة:

- ركزت تلك الدراسات على مجتمعات المدن والعواصم العربية وأهملت أو ابتعدت عن مجتمعات الريف والمناطق النائية، رغم أهمية دراستها في علاقتها بالاتصال وإن كان هناك دراسات قليلة جدا مقارنة بمجتمع المدينة.
- عدم قدرة الباحثين على حصر مجتمع دراستهم واكتفوا بذكر هذا المجتمع دون تحديد أعداده أو عمل حصر لذلك العدد وقد يرجع ذلك إلى النقص الواضح في العديد من البيانات والإحصاءات وعدم كفايتها بالإضافة إلى عدم توفر مراكز المعلومات وفي حالة وجودها لا يستطيع الباحث التعامل معها والحصول على ما يريده من معلومات في معظم الأحيان، وبالتالي فقد انعكس هذا القصور في حصر مجتمع الدراسة على العينات البحثية وعدم تمثيلها علمياً لتلك المجتمعات مما لا يمكننا معه تحديد مدى إمكانية تعميم نتائج تلك الدراسات من عدمه.
- عدم قدرة الباحثين في مجال الإعلام الجديد على حصر المادة الإلكترونية التي سيقومون بتحليلها حيث تغير مضمون مواقع الأنترنت بشكل مستمر خاصة في

مواقع الشبكات الإجتماعية التي تتطلب أن يكون التحليل آناً والبعض قد تغلب على هذه الإشكالية بتنزيل المادة أو حفظها وإن كان هناك بعض المواقع التي لا تسمح بذلك.

ب- العينات

- عدم وجود تنويع في عينة تلك الدراسات لتمثيل كافة الاتجاهات وأيضا في الأعداد حيث وجدنا في معظم الدراسات أن العدد الغالب لعينات الدراسات والبحوث المنشورة هو 200 مفردة بل لاحظنا تكرار هذا العدد في الكثير من الدراسات، أما رسائل الماجستير والدكتوراه فكان العدد السائد من 400-300 مفردة، دون ذكر كيفية سحب تلك العينات. وفي حالة عينات القائمين بالاتصال فقد تراوحت الأعداد ما بين 100 - 150 مفردة وفي حالات قليلة التي يمثل فيها القائم بالاتصال الجانب الإداري لا تتعدى الأعداد 30 مفردة.
- إن صغر حجم العينة أو اتساعه يتوقف على الهدف من الدراسة، ولكن في ذات الوقت فإن زيادة حجم العينة يسهم بشكل كبير في الحصول على نتائج أكثر دقة، وبالتالي التقليل من الخطأ العيني في النتيجة إلى حد ما، كما أن تحديد مفردات أي عينه لابد أن يكون وفقا لمعايير علمية لا وفقاً لأهواء الباحث.

ج- نوع العينة

- تركيز معظم الباحثين في مجال الاتصال بشكل عام، والإعلام الجديد بشكل خاص، على العينة العمدية سواء في دراسات الجمهور أو دراسات المضمون رغم أن هذه النوعية من العينات لا تمثل سوى المفردات التي أجريت عليها، فهي تعد مصدراً من مصادر التحيز في النتائج ومع ذلك مثلت النسبة الغالبة كنوع عينة من بين باقي الأنواع التي تمثلت في العينة العشوائية البسيطة أو المنتظمة أو الطبقية وهذه الأخيرة نادر جداً استخدامها من قبل الباحثين. كما لوحظ عدم اكتراث بعض الباحثين بأهمية اختيار نوع العينة. الذي يعطي بعداً أكثر أهمية للدراسة في حالة اختيار نوعية عينات تجعل من الممكن تعميم نتائجها.

- عدم قدرة الغالبية العظمى من باحثي الإعلام الجديد على توضيح طريقة سحب عينتهم، مما يجعلنا لا نستطيع تقييم مدى ملاءمة هذه العينة للدراسة. فالباحث لا بد له من ذكر تفاصيل الخطوات التي يتبعها في تحديد عينته، والتبريرات المنطقية لذلك، ولابد له أيضا من التحدث عن آثار هذه العينة على نتائج دراسته.

ثالثا : إشكاليات بحوث الإعلام الجديد:

توسعت بحوث الإنتاج الإعلامي الإلكتروني بشكل أكبر في الفترة الأخيرة، وشهدت إقبالاً متزايدا من قبل الباحثين، فجاء اهتمام الباحثين بدراسة عملية إخراج وتصميم الصحف والمواقع الإلكترونية من خلال رصد وتحليل وتقويم العناصر البنائية الإلكترونية سواء كانت وسائل إعلامية متنوعة، رسوماً متحركة، نصوص الروابط التفاعلية (النصوص الفائقة) إلى غير ذلك، والملاحظ أن معظم الدراسات استعانت بمداخل ومناهج وأدوات تقليدية في معظمها، حيث لم تنجح في تقديم تفسيرات لبعض الممارسات وإنما اكتفت بتوصيفها.

وإذا كانت هناك إشكاليات للبحث الإعلامي بشكل عام فهناك بعض الإشكاليات المرتبطة ببحوث الإعلام الجديد في مجال الأنترنت على وجه الخصوص من أهمها:

أ- **إشكالية الصدق والثبات في الاستبيان الإلكتروني** :حيث يتعرض في أحيان كثيرة إلى عدم معرفة شخصية المبحوث ومدى انطباق مواصفات العينة عليه، كما يمكن للفرد الواحد الإجابة على أكثر من استبيان.

ب- **إشكالية ثبات المرمزين في حالة تحليل مضمون الأنترنت**: حيث لاحظ بعض الباحثين وجود مشكلات نتيجة تغيير مضمون المواقع، وقد تم التغلب على ذلك بواسطة قيام جميع المرمزين بالتحليل في الوقت نفسه أو القيام بتنزيل المواقع من على الأنترنت في حالة إمكانية تحقيق ذلك، حيث إن هناك بعض المواقع لا يمكن تنزيلها وتخزينها، حيث توجد بعض المحاذير القانونية أحيانا والفنية في أحيان أخ رى.

ج- **إشكاليات صدق التجارب الإلكترونية (التجارب عبر الأنترنت) (ذوالفقار، شيماء، 2009،ص166)** من أهم تلك الإشكاليات هي مشكلة التسرب، حيث يسهل على

المشاركين في التجارب الإلكترونية التسرب من التجربة وعدم استكمالها بدرجة أكبر من المشاركين في التجارب التقليدية، وهذا يؤثر في النتائج ومن ثم في الصدق الداخلي للتجربة. هذا جانب من الإشكاليات، وتأتي الدراسة الحالية لتوضح بقية الإشكاليات النظرية والمنهجية في البحوث ودراسات الأنترنت كأحد أشكال دراسات الإعلام الجديد حتى يمكن للباحثين تداركها والوقوف على تفسيرات علمية حيالها.

وبدون شك فهناك إشكاليات عديدة تواجه الباحث الإعلامي، وهو يحاول إجراء البحوث في مجال الإعلام الجديد أبرزها:

الإشكاليات المرتبطة بمدى استخدام المناهج المختلفة في دراسة ظواهر ومشاكل الإعلام الجديد أو الاقتصار على منهج واحد وما ينتج عنه من التوصل أو عدم التوصل إلى معلومات صحيحة.

الإشكاليات الخاصة بالأطر النظرية ومدى قصور دراسات الإعلام الجديد عن بلورة نظريات خاصة حتى الآن مع تشابك علوم متعددة في نطاقه مما يجعله يعتمد على التطورات النظرية في هذه العلوم، بالإضافة إلى استسهال بعض الباحثين في الأخذ من النظريات الغربية دون فحص أو تمحيص لمعرفة مدى ملاءمتها للتطبيق على الواقع العربي.

إشكاليات العينات الخاصة بالأنترنت وما يصاحبها من أخطاء منهجية تصل إلى عدم قدرة الباحث تحديد مجتمع دراسته.

إشكاليات الصدق والثبات الناتجة من صعوبة قياس تأثير الإعلام الجديد وحده في الظاهرة التي يقوم بدراستها الباحث الإعلامي نظرا لتداخل عدة عوامل ومتغيرات في إحداث هذه الظاهرة، بالإضافة إلى أن القياس الفوري لآثار الإعلام الجديد يواجه صعوبات شديدة ويعطي بيانات خاطئة ومضللة

وقد خرجت دراسة إعلامية **(عبد العزيز، عزة، 2012)** باستنتاجات مهمة بخصوص بحوث الإعلام الجديد، أبرزها:

أ-إستنتاجات خاصة بالأطر النظرية:

اتسمت بحوث الإعلام الجديد في مجال الأنترنت بشكل عام بقصور في تطبيق

النظرية، فقد يكون السبب في هذا القصور ناتجاً عن :

- اعتماد الباحثين في مجال الإعلام على نظريات غربية واستسهالهم الأخذ منها دون فحص وتمحيص لمعرفة مدى ملاءمتها مما يحتاج إلى إعادة نظر عند تطبيقها على المجتمعات العربية.
- انتماء تلك النظريات إلى علوم أخرى غير الاعلام كعلم الاجتماع وعلم النفس، وبالتالي فنحن بحاجة إلى بلورة نظريات خاصة بالإعلام تعالج البحوث الإعلامية بشكل أعمق.

ب- استنتاجات حول موضوعات دراسات الإعلام الإلكتروني :

- اتسمت تلك البحوث بتركيزها على دراسة الأثر السريع والمباشر دون التنبه إلى دراسة الآثار المتراكمة الطويلة الأجل التي تفيد في التغلغل بالمشكلات الإعلامية وبالتالي تأتي نتائج تلك الدراسات في معظم الأحوال مضللة وخاطئة
- اتسمت تلك البحوث والدراسات بتركيزها على استخدام الأسلوب النمطي في معالجتها لبعض المشكلات البحثية دونما محاولة للتعمق في تحليلها وسبر أغوارها مما يفرز نتائج سطحية وصفية ويعطي انطباع أن هذه البحوث محدودة في اختيارها بين المتغيرات، وغير مصقولة في تصنيفاتها وتحليلاتها.
- اتسمت تلك البحوث بتركيزها على دراسة فئات معينة من الجمهور وخاصة فئة الشباب وإهمال كبير لدراسات القائم بالاتصال مما يعكس استسهال الباحثين في اختيار عينات متاحة والبعد عن الدراسات التي يبذل فيها جهد مضاعف مثل دراسات القائم بالاتصال حيث إنها محاطة بصعوبات شديدة في الوصول إلى عينة القائم بالاتصال في مواقع الأنترنت المختلفة.

وبشكل عام فإن بحوث الاتصال المتعلقة بدراسة بحوث الجمهور اتسمت باستخدام الباحثين منهج المسح وأداة الاستبيان، وهي الغالبة، بالإضافة إلى الملاحظة، والقليل استخدم المقابلات غير المقننة والمجموعات المركزة، والقليل جدا اعتمد على المجموعات التجريبية، وبالتالي فالاتجاه العام لبحوث الجمهور هو الاتجاه الوظيفي القائم على الرصد والتوصيف، وابتعد الباحثون عن دراسة الجمهور بشكل متعمق وبرؤية نقدية. كما أن التركيز على المناهج والأسالب الوظيفية أدى إلى تكرار ملحوظ في النتائج وتكرار غير مبرر في نوعيات تلك البحوث.

رابعا : نتائج ومقترح لبلورة تأسيس إعلام تطبيقي عربي:

إن هذا التخصص الفرعي الجديد الذي نقترحه قد يواجه مشكلة الاعتراف به من قبل علماء الإعلام وباحثيه في الوقت الحاضر، خاصة وأن البحوث الإعلامية النظرية العربية مازالت تعاني من مشكلات عديدة في النظرية والمنهج وأساليب الإجراءات، وتأثرها بالمناهج الغربية، وهذا ما نلاحظه من خلال الكتابات والمؤتمرات، خاصة وإن الدعوة قائمة على مبدأ أن هناك قاسماً مشتركاً بين الإعلام العام والإعلام التطبيقي، حيث أنهما يتناولان المشكلات الإعلامية بهدف الوصول إلى حلول لها، غير أن الفرق الجوهري بينهما يتمثل في أن الأخير (التطبيقي) يذهب إلى أصحاب القرار ليقدم لهم توصياته، وأن أصحاب القرار يتكلفون بالدعم المالي لدراسة المشكلة، والاستفادة من توصياتها في رسم السياسات الإعلامية. بينما لا يوصل الأول (الإعلام) توصياته إلى أصحاب النفوذ ومتخذي القرارات، بل إلى الثقافة الإعلامية أو إلى المعرفة العلمية.

ومن جوانب التشابه والاتفاق أيضاً بينهما، التطبيق الميداني، حيث ينزل الباحثون في كلا التخصصين إلى ميدان الظاهرة أو المشكلة المدروسة، وذلك لمعرفة مكوناتها، ومن ثم تغذية النظريات الإعلامية بالمعرفة العلمية عن تلك الظواهر والمشكلات الإعلامية. حيث يُزود التطبيقي علم الإعلام بنتائج جديدة حول المشكلات التي يدرسها، ويستفيد من علم الإعلام بالنظريات الأساسية التي يستخدمها في عمليات التحليل والتفسير. كذلك هناك اعتماد من قبل علم الإعلام على نتائج البحوث التطبيقية، من حيث كشفها النقاب عن العديد من المشاكل المهملة والمتروكة من قبل علم الإعلام، والتي لا يعطيها الأخير (الإعلام) أهمية مهمة.

ولكن هذا لا يعني استقلال الإعلام التطبيقي عن علم الإعلام بشكل مطلق، وذلك لأن الفرع لا يستطيع الانفصال عن الأصل، كما أن الأصل لا يستطيع إنكار الفرع، وهكذا، فهو ترابط عضوي.

كما أن هناك أسباباً موضوعية تتطلب دراسة هذا المقترح، فهناك تعدد وتنوع المشكلات الإعلامية التي تطلبت بإلحاح معالجات فورية من قبل أصحاب القرار في المؤسسات الرسمية وغير الرسمية. وتفاقم إيقاعات نبض الحياة الاجتماعية في الشارع،

وبروز الظواهر الإعلامية الخطيرة بسبب انتشار وسائل الإعلام، وحجم الجمهور الذي يتعرض لها، ومضامين وسائل الإعلام، وازدياد أقسام الإعلام في الكليات والجامعات العلمية بشكل مطرد، والتي قامت بتخريج العديد من طلبة الإعلام، واشتغالهم في المؤسسات الإعلامية المختلفة وتبوأوا مواقع متميزة وأصبحوا من أصحاب الرأي والقرار فيها، الأمر الذي تطلب منهم مراجعة ما درسوه واكتساب ما هو مستجد فيه لمواجهة ومعالجة المشكلات التي تدور في مؤسساتهم، وتدريب العاملين فيها لكي يطوروا أداءهم المهني ليسايروا تطورات العلم والحياة على السواء، وعدم بقائهم على ما اكتسبوه قبل سنين، أي تجديد وتنشيط معارفهم وربطها بما يدور في محيط عملهم. وظهور حركات اجتماعية تعكس انتباه الناس إلى مصالحهم الجديدة وطموحاتهم المستقبلية، إضافة إلى التطورات السريعة للتقنيات الإلكترونية (حاسوب وأنترنت) وما نتج عنها من تغيرات على المستخدمين لها، وما أثرت سلبياً على بعض المعايير الاجتماعية التقليدية التي لا تنسجم معها. وتنامي مستويات تحضر وتمدن المجتمعات الصناعية الحديثة التي تكتنز العديد من التناقضات وعدم الانسجام بين الوحدات الاجتماعية الصغيرة مثل: الأسرة وجماعة الأصدقاء والتجمعات الصغيرة.

وبدون شك فإن الحقل التطبيقي يواجه معوقات وعقبات ومصاعب عديدة ومتنوعة عند تطبيقه منهجا أو برنامجا إعلامياً في ميدان الواقع، وذلك بسبب تعامله مع شبكة اجتماعية منسوجة من خيوط متنوعة الأعراق ومحبوكة بضوابط اجتماعية ترجع إلى: أجيال وعقول مختلفة في مداركها، وثقافة متباينة في مستوياتها، وخبرات اجتماعية غير متساوية في نضجها، وذوي انتماءات معتقداتية غير متوازنة في قوتها، ومصالح متأرجحة بين الذاتية والعامة.وجميع هذه الأطياف الاجتماعية تلتقي بهدف واحد ومصلحة واحدة، ويتطلب من الباحث الإعلامي أن ينجح في عمله. لكن على الرغم من هذا النسيج الاجتماعي المتشابك، فإن الباحث يستطيع تحقيق مراده البحثي وذلك عن طريق الالتزام بالموضوعية العلمية والحياد الأخلاقي أو عدم تحيزه إلى جهة معينة أو نفوذ محدد أو صاحب قرار متنفذ.

وبدون شك فإن هناك مشكلات عديدة سيعاني منها علم الإعلام التطبيقي مستقبلاً أهمها:

- التمويل المالي بأنواعه الحكومي أو الخاص.
- علاقة عالم الإعلام مع الجهة التي تمول بحوثه، أو تكليفه بتنفيذ مشروع معين.
- طبيعة الأهداف التي يسعى البحث الإعلامي التطبيقي لتحقيقها.
- صياغة المشكلات وكيفية تنفيذها.
- وجود فجوة بين لغة ومفاهيم وتصورات الجهة الممولة ولغة ومفاهيم وتصورات الباحث العلمي.
- ترجمة المشكلة العلمية إلى قضية علمية.

وفي إطار هذه المشكلات المنهجية، يحرص خبراء وأساتذة مناهج البحث على الحصر الدقيق لبعض الصعوبات التى تواجه البحوث الاجتماعية والإعلامية في التطبيق العملي، ويتمثل أهمها فيما يلي.

- **مشكلات تتصل بالملتقي: وتتمثل فى:**

- **الاختيار:** حيث تعتمد البحوث الميدانية اعتماداً كبيراً على أسلوب العينات نظرا لاتساع رقعة المساحة التي يشغلها الجمهور مع تقدم تكنولوجيا الاتصال؛ ويحتاج اختيار العينة إلى إطار يتضمن كل مفردات مجتمع الدراسة، وهوما لا يتوافر في بعض المجتمعات التي لا تجري إحصائيات سكانية دورية، تسمح بتوفير إطار يزود الباحثين ببيانات دقيقة عن خصائص أفراد المجتمع.
- **نقص الوعي لدى المتلقي**: حيث يواجه الباحث صعوبات جمة في الحصول على البيانات المطلوبة من المبحوثين في القطاعات الريفية والشعبية والبدوية.

يؤثر **اتجاه المتلقي** ومدى تعاونه مع الباحث على سلامة النتائج التي يتم الوصول إليها.

- **صعوبات البحوث البعدية**: إذ أن بحوث الأثر الإعلامي هي أصعب أنواع بحوث الإعلام ذلك أن المتلقي يعيش في بيئة اجتماعية يخضع فيها لمؤثرات من داخلها وخارجها، ومن ثم تتعدد العناصر أو المتغيرات التى تؤخذ في الاعتبار عند دراسة الأثر ويصعب عزلها، وحتى لو أمكن عزلها ودراستها تتبقى مهمة جمعها معا

لتتفاعل، ودراسة أثار الاتصال بينها في موقف حقيقي وطبيعي وليس تجريبيا معمليا مصطنعا.

- مشكلات التحديد والقياس: فأكثر المفاهيم التي تتعامل معها بحوث الإعلام لم تدخل بعد عصر القياس ولا تزال فى طور الوصف الكيفي. كما لا تستخدم دائماً نفس المصطلحات للتعبير عن نفس المدركات والأفكار بما يعرف بتوحيد المفاهيم، وقد كان ذلك – كما يؤكد الخبراء – من أهم أسباب صعوبة المقارنة بين نتائج البحوث.
- عزلة الباحث العربي عن الحركة البحثية المتطورة فى المجتمعات الأخرى: كنتيجة للنقصفى تبادل البحوث على المستوى العالمي بل حتى على المستوى العربي، وضعف حركة الترجمة إلى العربية والنقص في إعداد الباحث في المجالات الاجتماعية والإعلام وعدم الاهتمام بتدريبه التدريب الكافي، وهو ما ينعكس بالسلب على الحركة البحثية والمؤسسة التعليمية والمجتمع بصفة عامة.
- وفي مجال الإعلام الجماهيري، فإن هنالك مجموعة أبعاد، يستوجب أن تقع نصب أعين الباحثين في الجوانب النظرية والتطبيقية. إذ تشكل مع المحاور السالفة، الذكر هيكلية شاملة للبحث من جميع جوانبه. وأهم هذه الأبعاد:
- **المحور السياسي:** وما يتعلق به، من تنظيم أمور الحكم والتشريع وطبيعة العلاقة بين الحاكم والمحكوم.
- **المحور الاجتماعي:** ويشمل الأطر المتعلقة بمعيشة الفرد، بدءاً من الأسرة وانتهاء بالعلاقة مع وحدات المجتمع الأخرى.
- **المحور المعلوماتي:** ويدخل فيها طرق الحصول على المعلومات، ودرجة الثقة والإتاحة لوسائل الاتصال بمختلف فنونها وأشكالها، والعلاقة بين الأشكال والمضامين المكونة لذلك.
- **محور المجتمع البحثي:** أي المجالات الزمانية والمكانية والبشرية، التي تقع عليه إجراءات التحليل. إذ إن تحديد هذه المحاور أمر مهم لإعطاء نتائج دقيقة تخدم التنظيم الصحيح للبحث والتطبيقات الخاصة به.

خلاصة: إن هذه الورقة البحثية خرجت بالعديد من النتائج العلمية التي قد تنبه الباحث العربي، وأصحاب القرار، وكذلك هذا الملتقى المهم، إلى بعض التصورات التي من

شأنها تطوير علوم الاتصال في الوطن العربي، وخاصة البحث الإعلامي النظري والتطبيقي.

إن المؤشرات الإحصائية التي تشكل مادة مهمة في رصد واقع البحث العلمي في البلدان العربية ومقارنته بدول العالم الأخرى تبين لنا القصور الذي تعاني منه مؤسسات البحث العلمي في الوطن العربي، ولا سيما مؤشر الإنفاق المالي على البحث العلمي، وقلة عدد الباحثيين مقارنة بالمعدل العالمي، أو في برامج الجودة.

إن المؤسسات البحثية العربية تعاني من مشكلات عديدة من بينها: انفصام الصلة بين الجامعات وحقل الإنتاج، وابتعاد الجامعات عن إجراء البحوث المساهمة في حل المشكلات الوطنية، إضافة إلى عدم مشاركة المؤسسات الكبرى والشركات والأثرياء من الأفراد في نفقات البحث العلمي، فمراكز البحوث والجامعات العربية تعاني من انفصال شبه كامل بينها وبين المجالات التطبيقية خارج أسوارها أو معاملها، والبحوث التي تجرى بين جدرانها من جانب أساتذتها إنما هي بحوث فردية لأساتذة يحاولون الإنتاج العلمي بغية الترقي، أو النشر، أو السمعة، وهي بحوث أضعف من أن تحل مشكلات المجتمع أو تعمل على تقدمه.

انعدام الحريات الأكاديمية والفكرية العامة في المجتمعات العربية، وعدم توفير المناخ السياسي الملائم للإبداع، بإطلاق حريات الأفراد وتوفير إمكانيات المشاركة الفعلية أمامهم، سواء من النخب العلمية أو من مختلف قطاعات الشعب الأخرى.

عدم وجود ترابط بين مراكز البحوث والمجالات التطبيقية، والجامعات وحقول الإنتاج، مع عدم إجراء البحوث التي تساعد على حل المشكلات الوطنية، وعدم مشاركة المؤسسات الكبرى والشركات في النفقات.

لا تزال البحوث الإعلامية في العالم العربي بحوثاً كمية في أغلبها حتى وإن ظهرت محاولات لتطبيق المناهج الكيفية (كتحليل الخطاب)على سبيل المثال إلا أنها لا تزال متأثرة تطبيقياً بالمدرسة الامبريقية، حيث حاولت بعض الدراسات الجمع بينه وبين تحليل المضمون الكمي بطريقة تعسفية

عدم استخدام المناهج المختلفة في دراسة المشكلات الإعلامية، والاقتصار على استخدام منهج واحد، مما يؤدي إلى احتمال عدم إمكانية التوصل إلى المعلومات

الصحيحة، وصعوبة التثبيت من صحتها ودقتها ودلالتها.

نقص الوعي لدى الجمهور، حيث يواجه الباحث صعوبات جمة في الحصول على البيانات المطلوبة من المبحوثين في القطاعات الريفية والشعبية والبدوية.

أكثر المفاهيم التي تتعامل معها بحوث الإعلام لم تدخل بعد عصر القياس ولا تزال في طور الوصف الكيفي. كما لا تستخدم دائما نفس المصطلحات للتعبير عن نفس المدركات والأفكار بما يعرف بتوحيد المفاهيم، وقد كان ذلك – كما يؤكد الخبراء – من أهم أسباب صعوبة المقارنة بين نتائج البحوث.

اتسمت بحوث الإعلام بشكل عام بقصور في تطبيق النظرية فقد يكون السبب في هذا القصور ناتجاً من اعتماد الباحثين في مجال الإعلام على نظريات غربية واستسهالهم الأخذ منها دون فحص وتمحيص لمعرفه مدى ملاءمتها مما يحتاج إلى إعادة نظر عند تطبيقها على المجتمعات العربية. ولذلك فنحن بحاجه إلى بلوره نظريات خاصة بالإعلام تعالج البحوث الإعلامية بشكل أعمق.

اقتصار معظم تلك الدراسات على بعض الأدوات البحثية كالاستبانة وتحليل المضمون مع إهمال أو إغفالٍ لأدوات أخرى أكثر فاعلية في دراسة الظاهرة الإعلامية وقد تضيف معلومات لا تستطيع الاستبانة رصدها مثل المقابلات غير المقننة والمجموعات المركزة، ولعل هذا يرجع إلى أمرين : الأول : مرتبط بما يثار من إشكاليات حول استخدام مثل هذه الأدوات، والثاني: مرتبط بضعف التمويل البحثي في العالم العربي فهذه النوعية من الأدوات تحتاج إلى إنفاق.

اتسمت بحوث الإعلام الجديد بتركيزها على دراسة الأثر السريع والمباشر دون التنبه إلى دراسة الآثار المتراكمة الطويلة الأجل التي تفيد في التغلغل بالمشكلات الإعلامية وبالتالي تأتي نتائج تلك الدراسات في معظم الأحوال مضللة وخاطئة. إضافة إلى تركيزها على استخدام الأسلوب النمطي في معالجتها لبعض المشكلات البحثية دونما محاولة للتعمق في تحليلها وسبر أغوارها مما يفرز نتائج سطحية وصفية، ويعطى انطباع أن هذه البحوث محدودة في اختيارها بين المتغيرات وغير مصقولة في تصنيفاتها وتحليلاتها

اتسمت معظم المفاهيم التي تتعامل معها بحوث الإعلام الجديد بعدم الوضوح، فهي

لم تدخل بعد عصر القياس ولا تزال في طور الوصف الكيفي، كما أنها لا تستخدم دائما نفس المصطلحات للتعبير عن نفس المدركات والأفكار. كما اتسمت تلك البحوث والدراسات بعدم استخدامها للعديد من المناهج البحثية المختلفة، واقتصارها على استخدام منهج واحد هو منهج المسح، وبالتالي احتمالية عدم التمكن من التوصل إلى معلومات صحيحة وصعوبة التثبت من دلالاتها. إضافة إلى إحجام من قبل الباحثين في مجال الإعلام الجديد عن المناهج والأدوات الكيفية وبالتالي إحجام عن إنتاج بحوث كيفية.

اتسمت بحوث الإعلام الجديد في حقل الأنترنت في معظمها بأنه يصعب تعميم نتائجها وذلك لاعتماد أغلب الباحثين على نوعية العينات الغير احتمالية، مثل العينة العمدية وعينة الصدفة والعينة المتاحة، وهذه النوعية من العينات تعتبر مصدرا من مصادر التحيز لأن نتائجها لا تمثل سوى المفردات التي أجريت عليها، وقد يرجع ذلك إلى عدم الرغبة من قبل بعض الباحثين ببذل جهود مضاعفة لاختيار عينات أكثر دقة وتمثيلاً لمجتمع الدراسة.

المراجع:

1- الباز، فاروق، (2004م)، ازمة البحث العلمي، مجلة العربي، العدد 547، دولة الكويت.

2- البياتي، ياس خضير(2014م)، الإعلام الجديد- الحرية والفوضى والثورات، هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام، الامارات- الفجيرة.

3- تقرير اليونسكو عن العلوم، 2010م.

4- من الحارثي،(2011م)، أزمة البحث العلمي والتنمية، مركزاسبار للبحوث.

5- ذو الفقار، شيماء، (2009م)، مناهج البحث والاستخدامات الاحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

6- رشيد، أمينة، (2008م)، واقع البحث العلمي في الوطن العربي وطموحه، صحيفة الجماهير السورية.

7- شومان، محمد، (2004م)، إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية: الدراسات المصرية نموذجا، المجلة العلمية لكلية الاداب، جامعة المنيا.

8- الطائي، محمد، (2009م)، إشكاليات البحث العلمي في الوطن العربي مع إشارة خاصة إلى الاردن، حلقة نقاش، الاردن.

9- عاصم الاعرجي، محمد، (1995م)، الوجيز في المناهج البحث العلمي، القاهرة: دار الفكر العربي.

10- العامر، عثمان، (2010م)، البحث العلمي إشكاليات ومعوقات، المباشر نت.

11- عبد الحميد، محمد، (2000م)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب.

12- عبد العزيز، عزة، (2012م)، الإعلام الجديد- التحديات النظرية والتطبيقية، ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود- الرياض، الاثنين 24 جمادى الأولى 1433هـ، الموافق 15 – 16 أبريل 2012م.

13- عمر محيرق، مبروكة، (2008م)، الدليل الشامل في البحث العلمي، القاهرة: مجموعة النيل العربية.

14- فرجاني، (2005م)، التعليم العالي في البلاد العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي رقم (39)، التربية والتنوير في تنمية المجتمع العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان.

15- الفيل، (2007م)، البحث والتطوير والابتكار العلمي في الوطن العربي في مواجهة التحدي التكنولوجي والهجرة المعاكسة، دار مجدلأو ي، عمان، الأردن.

16- محمد ياقوت، (2007م)، البحوث العلمية في الوطن العربي غير مجدية، الرياض: مجلة المعرفة، العدد 136.

17- ملفن دي فلير وساندرا بول روكيش : ترجمة محمد ناجي الجوهر : نظريات الإعلام، «دار الأمل للنشر والتوزيع، اربد – الأردن » ط الأولى 2001م.

18- المقالح، عبد العزيز، (2009م)، واقع البحث العلمي في الجامعات العربية، مركز الجزيرة للدرسات.

19- محمد حسين، سمير، (2006م)، بحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتب.

20- عبد الباري، وائل إسماعيل حسن(2018):تكنولوجيا الاتصال والتغير الاجتماعي الأبعاد التنموية للمعلوماتية، بحث مقدم لمؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي جامعة الملك سعود قسم الإعلام الرياض 1820 /3/ 1430هـ

20- ياقوت، محمد، (2007م)، البحوث العلمية في العالم العربي غير مجدية، الرياض: مجلة المعرفة، العدد 136

المواقع:

http://jamahir.alwehda.gon.sy/-print-veuw.asp

http://www.anntv.tv/new/showsubject.aspx

http://jamahir.alwehda.gon.sy/-print-veuw.asp

http://www.asba /ar/contents.aspxcr.com

أوجه القصور في بحوث الإعلام العربية

د. إبراهيم فؤاد خصاونه
جامعة البتراء/ الأردن

تمهيد

ركزت بحوث الإعلام - وما تزال - على تأثير وسائل الإعلام في الجمهور اعتماداً على ما يعرف بدراسات الجمهور وأهملت إلى حد كبير دراسة مضمون الرسالة الإعلامية وشكلها التي يفترض أنها تحدث التأثير المطلوب من وجهة نظر القائم بالاتصال سواء كان شخصاً أو مؤسسة إعلامية.

وعندما التفت الباحثون لأهمية دراسة شكل الرسالة الإعلامية ومضمونها، لم تعرف الدراسات الإعلامية سوى التحليل الكمي لمضمون أو محتوى الرسالة الإعلامية، والذي ذاع صيته بفضل مقال بريلسون الذي نشره عام 1952 بعنوان التحليل الكمي للمحتوى في بحوث الاتصال.

واستناداً إلى مساهمات بريلسون وآخرين سادت تقاليد التحليل الكمي الدراسات الإعلامية، وأصبحت جزءا من التقاليد البحثية في حقل الدراسات الإعلامية، بينما اختفت أو غيبت الدراسات الكيفية واتهمت بالتحيز والبعد عن الموضوعية، ويرصد تومبكنس استمرار هذه الظاهرة في أقسام وكليات الإعلام الأمريكية والمجلات العلمية حيث قام بتحليل ملخصات البحوث المنشورة في المجلات الإعلامية الأمريكية في الفترة من 1988-1994 ووجد ستة بحوث فقط استخدمت مناهج بحوث كيفية، وفسر تومبكنس ذلك في ضوء عاملين هما الاعتقاد السائد بين الباحثين بأن المجلات العلمية لا تنشر البحوث

الكيفية، بالإضافة إلى نقص التدريب على تحليل المضمون الكيفي.(Fleur، 1966، p25)
لكن يمكن إضافة عامل ثالث لتحليل تومبكنس يتمثل في قلة الاهتمام بدراسة مضامين الرسائل الإعلامية والذي ارتبط بنشأة تخصص الإعلام في إطار الوضعية والسلوكية، من هنا يذكر لنجر عام 1998 أن الرسائل في النصوص الإعلامية لم تحظ فعليا بالاهتمام الأول في مجال بحوث الإعلام خلال العشرين سنة الأعمال، وظهرت بحوث تركز على عمليات إنتاج واستقبال الأفراد أو المجموعات للرسائل الإعلامية، وذلك رغم أن المتلقين يفسرون النصوص الإعلامية وفقاً لحياتهم الشخصية وخبراتهم وتجاربهم الذاتية إلا أن للنص تأثيراً حاسماً على تفسيراتهم.

إن هيمنة مناهج وأدوات التحليل الكمي لم تمنع من ظهور انتقادات ركزت على عدم موضوعية فئات تحليل المضمون الكمي التي تدّعي بدون أساس علمي الدقة والموضوعية، وتنزع إلى تفتيت النص، وتحويله إلى مجرد أرقام وبيانات إحصائية لا تكشف عن معنى النص أو المعاني التي يحملها.

إن التحليل الكمي عكس التحليل الكيفي يهمل سياق النص وعلاقات القوى داخله، ومنظور الفاعل، فضلاً عن عدم الاكتراث بالمعاني الضمنية أو غير الظاهرة في النص، من هنا بدأت تظهر- وعلى استحياء- محاولات لاستخدام مناهج وأدوات للتحليل الكيفي في دراسة النصوص الإعلامية، وقد اتسمت في البداية بالتردد والخلط وعدم الوضوح أو التكامل المنهجي والإجرائي، لكنها شكلت نوعًا من المواجهة والتحدي للتقاليد السائدة في مجال الدراسات الإعلامية.(Halloran، 1974، p34)
في مطلع سبعينيات القرن الماضي اتجه عدد من الباحثين الاسكندنافيين في مجال الإعلام إلى تأييد واستخدام التحليل الكيفي للمحتوى من منظور أيديولوجي، وعرف هذا التوجه بالاتجاه الإنساني humanistic trend كونه ركز على علاقات القوة التي تحاول النصوص الإعلامية التعبير عنها، كما سعى لتطوير أدوات التحليل الكيفي مستفيدًا من التطور الذي تحقق في مجال الدراسات اللغوية، وتحليل النص، وكان من أبرز ممثلي هذا الاتجاه الباحث الدانماركي بيتر لارسن الذي أكد أن التحليل الكيفي ليس غاية في حد ذاته، ووفقا لمايرينج فإن التحليل الكيفي للمحتوى يقوم على الفحص الدقيق لمصادر المادة المزمع تحليلها، وعلى الملاحظة الصريحة والفهم الذاتي للذين يقومون

بالتحليل، مع الاهتمام بوجهات نظر الآخرين، بالإضافة إلى تقبل نتائج إعادة التفسير. (Carey, 1976, p 57)

يجدر التدقيق في مضامين البحوث الإعلامية العربية، للنهوض بمستوى عالٍ في هذا المجال الذي لا يزال يفتقر لأبسط مقومات النهوض بمستوى إعلامي يحقق الهدف والرسالة، وتأتي هذه الدراسة للحديث عن أوجه القصور في بحوث الإعلام العربية.

1- مدخل:

تعاني بحوث الإعلام من مشكلات تؤثر في إمكانية استخدامها في خدمة المجتمع، ودراسة الباحثين الإعلاميين مجموعة من الموضوعات الإعلامية أوجد إشكاليات بحثية ومنهجية ناتجة عن التغيرات المتسارعة والمستجدات الطارئة التي يشهدها الإعلام الجديد على وجه الخصوص في السنوات الأعصال مما أثار علامات الاستفهام وطرح تساؤلات عما وصلت إليه دراسات الإعلام الجديد ومدى لحاقها بالتطور.

وقد شهدت العقود الماضية جدلاً واسع النطاق حول بحوث الإعلام والاتصال الجماهيري، وامتد ليشمل الوظائف والوسائل والأساليب الإعلامية والاتصالية محلياً أو دولياً أو ما يمكن أن تؤديه من دور بارز في ترشيد السياسات الإعلامية وتطوير طرائق وأساليب الممارسة الإعلامية في المؤسسات الإعلامية المختلفة.

وقد تمخض هذا الجدل عن اكتشاف متغيرات تحكم بحوث الإعلام من حيث ماهيتها وأهدافها أو مجالاتها أو دورها الوطني والإقليمي والدولي ومناهجها أو المشكلات التطبيقية التي تواجهها أو تقلل من إمكانية الاستفادة منها. (حسين، 2006،ص 34)

وبعرض هذه المجموعة من المتغيرات وتقسيمها إلى مجموعات متجانسة، يمكن أن يستدل على مؤشرات أساسية تؤثر في بحوث الإعلام من أهمها :

- الغموض المنهجي والنظري لبحوث الإعلام :

البحوث في مجال الإعلام والاتصال اتسمت بالغموض المنهجي والنظري ومن أسباب هذا الغموض الخلط بين وظيفة الإعلام والاتصال والدور الموكل لبحوث الإعلام والاتصال.

النمو غير المتوازن بين وسائل الإعلام وبحوث الإعلام :

وجد خلل في نمو وسائل الإعلام من جهة والبحوث الإعلامية من جهة أخرى وقد تم تنفيذ مشروعات متعددة في قطاع الإعلام والاتصال دون إنجاز دراسات ذات جدوى يفترض القيام بها قبل انطلاق هذه المشروعات وبدت السياسات الإعلامية خاصة في الدول النامية دون سند علمي سليم.

الحاجة لبحوث الإعلام والاتصال :

البحوث الإعلامية تؤدي دوراً رئيسياً في تأطير الممارسة الإعلامية وترشيدها وتوظيفها وتوجد حاجة ماسة لإجراء هذه البحوث في مجالات متعددة مثل دراسة الرأي العام وجماهير القراء والمستمعين والمشاهدين. (مزاهرة أ، 2014، ص46).

2 ـ تعريف البحوث الإعلامية وأهدافها:

بحوث الإعلام هي الإطار الموضوعي الذي يضم كافة الانشطة المنظمة والدقيقة التي تستهدف توفير المعلومات عن الجمهور الموجة إليه الرسالة الإعلامية وقنوات الاتصال ووسائله والتي تستخدم كأساس في اتخاذ القرارات وتخطيط الجهود الإعلامية والاتصالية كما أن مهمتها تبدأ قبل بدء الجهود الإعلامية وتستمر باستمرارها وتقيس فعالياتها قياساً مرحلياً وشاملاً، كما تشمل خدماتها العناصر الداخلة في العملية الاتصالية ـ كالجمهور والوسائل، الرسائل، المصادر والتأثيرات المستهدفة – بطريقة متوازنة ومتكافئة تعين مخططي الاستراتيجيات الإعلامية في تحديد المدخلات الإعلامية الصحيحة وفي التعرف على المخرجات المتحققة ومدى مطابقتها للأهداف المحددة سلفا، مما يسهم في تقيم الجهود الإعلامية وتطويرها باستمرار. (حسن، 2006،ص 78)

وهناك عدة مفاهيم للبحث الإعلامي من واقع المنهج والطريقة التي يجري بموجبها البحث وذلك على النحو التالي :

أ ـ البحث الإعلامي التاريخي.

ب ـ البحث الإعلامي الوصفي.

ج ـ البحث الإعلامي شبة التجريبي.

د ـ البحث الإعلامي التجريبي(عمر، 2002، ص 57)

وقد جاء تطور مفهوم الإعلام نتيجة عدد من العوامل أهمها ما يلي :

أ ـ التطور الكمي والنوعي في وسائل الاتصال.

ب ـ بروز ظاهرة الرأي العام وتعاظم تأثيره في الأحداث .

ج ـ ظهور دور الأيديولوجيا.

د ـ تطور العلوم الاجتماعية والنفسية (مزاهرة ب، 2010، ص 95)

ومن أهم أهداف البحوث الإعلامية :

أ ـ التفسير :

ويهدف البحث الإعلامي في هذا الجانب للتعرف إلى وضعية الظاهرة محل البحث، وبيان عناصرها ومكوناتها وعلاقاتها بالظواهر الأخرى.

ب ـ الضبط :

يهدف البحث الإعلامي في هذا الجانب إلى محاولة التحكم في العوامل المؤدية إلى الظاهرة، بغرض السيطرة عليها أو الحد من تأثيرها أو توجيهها وجهة معينة.

ج ـ التنبؤ :

التنبؤ في بحوث الإعلام يأتي بمعنى الاحتمال القوي الذي يتوقع الباحث عن طريقه بما يحدث للظاهرة إذا سارت الظروف سيراً معينا وهنا يكون التنبؤ خاضعا للاحتمال بدرجات مختلفة. (الزرن، 2007، ص66.)

وتحقق البحوث الإعلامية مجموعة أهداف منها إثراء الرصيد المعرفي في مجال الإعلام والاتصال وترشيد السياسات الإعلامية وتيسر عملية اتخاذ القرارات ورسم الاستراتيجيات الإعلامية.

وأهم أنواع البحوث التي تحقق هذه الأهداف هي :

أ ـ بحوث التنمية: بحوث تستهدف توفير معلومات عن العوامل والمتغيرات المؤثرة في الإعلام والاتصال وإبراز الدور الاجتماعي والثقافي والتربوي،

فهذه البحوث تكتسب أهمية في البلدان النامية حيث تستوجب الجهود الوطنية ربط السياسات الإعلامية ربطاً كاملاً بالجوانب المختلفة لعمليات التنمية الوطنية في مجالاتها المختلفة.

ب - بحوث الجمهور: بحوث تستهدف التعرف على اتجاهات جمهور المستفيدين من الخدمات الإعلامية وخصائصهم وأنماط استفادتهم تشمل هذه البحوث عناصر مرتبطة بالجمهور وهي تغطي ما يسمى ببحوث الرأي العام، وبحوث تتصل بخصائص الجمهور وبحوث تتعلق بأنماط قراءة الصحف والاستماع والمشاهدة.

ج - بحوث خصائص الوسائل: بحوث تستهدف التعرف على خصائص الوسائل الإعلامية والقائمين على الاتصال وأساليب الممارسات الإعلامية وهي دراسات تهدف إلى معرفة ملامح شخصية كل وسيلة إعلامية ومدى أهميتها بالنظر إلى برنامج إعلامي محدد.

د - بحوث المواد الإعلامية : بحوث تستهدف دراسة المواد الإعلامية وتحليلها وتشمل مجالين :

1 - مجال الدراسات القبلية التي تهدف إلى التعرف على الجمهور.

2 - مجال الدراسات البعدية وهي تهدف إلى تحليل المواد الإعلامية المنشورة أو المذاعة ويطلق عليها عموماً بحوث تحليل المضمون. (عبد الحميد، 2000، ص 102)

هـ - بحوث قياس نتائج الجهود الإعلامية وتقييم تأثير الإعلام وهي البحوث التي تقيس التأثيرات التي تحققت نتيجة الجهود الإعلامية والمتغيرات التي تعتمد في قياس التأثير وهي :

- درجة الوعي أو الأإدراك أو المعرفة. (وصول المعلومة).
- درجة الفهم والاستيعاب.
- درجة الاهتمام.
- درجة الاتجاهات ونوعيتها سواء إيجابية أو سلبية.
- الأراء ووجهات النظر.

- درجة الإقناع.

ولا تقتصر هذه البحوث على القياس الكمي والكيفي وإنما تنظر في التأثيرات المختلفة التي قد تحدثها بعض نوعيات المواد الإعلامية في سلوك الأفراد مثل مشاهد العنف. (بدر، 1998، ص82)

و - بحوث تستهدف تقييم تأثير الجهود الإعلامية غير المحلية (إقليمية + دولية) على الأوضاع الإعلامية الوطنية:

يتحول التدفق المعلوماتي أحياناً إلى إعلام في اتجاه واحد يخل بعملية الاتصال التي ينبغي أن تكون قائمة على عنصر التوازن.

3 - البحوث الاستكشافية أو الاستطلاعية:

يهدف هذا النوع من البحوث إلى اكتشاف ظاهرة معنية أو مجموعة من الظواهر وتمثل الدراسات الاستكشافية الخطوة الأولى في عملية البحث العلمي بهدف تحديد المشكلة العلمية وتكوين الفرضيات المتصلة بها.

وتعود أهمية الدراسات الاستكشافية في مجال الإعلام إلى عوامل من أبرزها :

- تعد علوم الإعلام حديثة العهد مقارنة بعلوم أخرى، وحتى تتقدم يجب أن تتلمس خطاها إلى أن تصل إلى بلورة نظرياتها وصقل وسائلها وأدواتها في البحث وهوما توفره الدراسات الاستكشافية.
- تتيح إمكانية استخراج معايير تفيد في التعرف على أهم المشكلات التي ينبغي دراستها.
- النقص الملحوظ في البحوث التطبيقية والنظريات التي يمكن الاعتماد عليها في تفسير الظواهر وتحديد المشكلات التي تواجه مجالات الإعلام خلافاً بعلوم أخرى كالعلوم الطبيعية، لهذا تعد الدراسات الاستطلاعية خطوة ضرورية للمساعدة في وضع فرضيات يمكن استخدامها كأساس في بحوث اختبار الأسباب المفضية إلى الظواهر.
- قلة البحوث في مجال الإعلام تتسم بعضها بالصبغة الأكاديمية النظرية البحته وبعضها الآخر بالصبغة التطبيقية التجريبية الصرفة بما يؤدي إلى

الافتقار الواضح في البحوث العلمية التي تخرج بين المبادئ والأسس النظرية وبين مجالات التطبيق الفعلي في بحث واحد.

- إذا كانت بحوث الإعلام تتسم بالوفرة في البلدان المتقدمة، فإنه من الصعب سحب القواعد العلمية والقوانين والنتائج التي توصلت إليها هذه البحوث على الدراسات الإعلامية في مجتمعاتنا وذلك لاختلاف المتغيرات كالمشكلات الاجتماعية ومستويات التعليم والمعيشة والاستهلاك وأنماط التفكير.
- تداخل علوم الإعلام مع علوم أخرى وتأثرها بكثير من النظريات السائدة في هذه العلوم بما يعطي أهمية للدراسات الاستكشافية وذلك لإبراز درجة التداخل بين الدراسات الإعلامية والدراسات الأخرى مثل الدراسات الاجتماعية والإدارية والسلوكية والاقتصادية... الخ.
- تتسم الدراسات الإعلامية بأنها إما متسعة بما لا يسمح بدقة التفسير ومنطقيته أو ضيقة بما لا يسمح بتعميم نتائجها، والدراسات الاستطلاعية تصبح في هذه الحالة ذات أهمية كونها تكشف عن مزيد من المشكلات والفرضيات التي تمكن من تعميق النظر في نتائج البحوث سواء كانت الواسعة أو الضيقة بما يجعلها أكثر دقة وقابلة للتطبيق. (طايع، 1002، ص 12)

4 ـ مناهج البحوث الإعلامية:

المنهج: هو طائفة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة في العلوم، كذلك هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد المهيمنة على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة، وأداة اختبار الفروض، ويقع عليه عبء تطويرها وتحقيقها. (عمر 1994، ص49)

أ ـ منهج المسح أو الدراسات المسحية:

يعد منهج المسح جهداً منظماً للحصول على معلومات وبيانات وأو صاف عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث.

ويستخدم منهج البحث أساليب متعددة في جمع البيانات كالاستقصاء والاستبيانات والملاحظة وغيرها من طرق جمع البيانات والمعلومات. (الطائي وأبوبكر ،1994،

ص49)

ويعد منهج البحث من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الاستكشافية والوصفية لأسباب متعددة منها :

- النقص الواضح في البيانات عن العوامل والمتغيرات الخاصة بالإعلام كالجمهور ووسائل الاتصال والرأي العام.. . الخ.
- أهمية إجراء مثل هذه الدراسات بصفة مستمرة نظراً للتغيرات التي تحدث في المجال الإعلامي.
- الحداثة النسبية للدراسات الإعلامية بما يقتضي ضرورة التركيز في المرحلة الراهنة على الدراسات الوصفية المسحية.
- تعد الجماهير التي يراد الوصول إليها هدفاً أساسياً بما يقتضي دراستها دراسةً وصفية كاملة.
- اتساع الفضاء الجغرافي الذي تتنزل فيه الظاهرة الإعلامية وعدم اقتصاره على الحدود الوطنية.
- تأثير الإعلام بالظروف السياسية المتغيرة والمواقف الدولية بما يقتضي التعرف المستمر على هذه السياسات ودراسة مدى تأثيرها على الإعلام.
- ازدياد حدة المنافسة الإعلامية التي يواجهها الإعلام العربي بما يتطلب دراستها شكلاً ومضموناً دراسة متكاملة.

الدراسات المسحية الفرعية هي خمس دراسات تغطي المجالات الإعلامية المتعددة مثل الصحافة، الراديو، التلفزيون، الإعلان، العلاقات العامة والرأي العام.

ب ـ دراسة الرأي العام :

يستهدف مسح الرأي العام التعرف إلى الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى مجموعات معينة من الجماهير تبعاً للهدف من إجراء المسح، ويضبط حجم الجمهور ونوعيته وفق المعايير التالية:

- معيار النطاق الجغرافي للجمهور فإما أن يكون المسح عاماً أو يشمل منطقة

شاسعة أو محددة كمدينة أو قرية فيكون عندئذ مسحاً محلياً.

- معيار نوعية الجمهور الذي تجرى عليه الدراسة ويكون المسح عاماً إذا شمل مختلف فئات الجمهور أو مسحاً خاصاً إذا شمل فئة معينة.
- معيار الأسلوب الاحصائي المستخدم في تحديد مجتمع الدراسة ويكون المسح شاملاً إذا شمل كافة مفردات المجتمع ويكون مسحاً بالعينة إذا تم اختيار عينة ممثلة من مفردات المجتمع لإجراء دراسة عليها.

هذه المعايير تتداخل فيما بينها ويلاحظ ايضاً ان المسح يمكن أن يكون وصفياً، وفي المسح الوصفي يقتصر الباحث على توصيف الظاهرة أو الظواهر موضوع البحث دون الدخول في أسبابها. ويمكن أن يكون مسحاً تفسيرياً يشمل إلى جانب الوصف عرضاً للأسباب التي أدت إلى ما هو حادث فعلاً وما يمكن عمله لتغيره.

ج ـ تحليل المضمون (المحتوى) :

هو دراسة المادة الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلان بهدف الكشف عن ما ترغب الوسائل تبليغه للجمهور ودراسة تأثير القراءة أو الاستماع أو المشاهدة عليه.

وتتناول دراسات تحليل المضمون العناصر التالية:

- دراسة شخصية الوسيلة الإعلامية.
- دراسة الموضوعات الإعلامية التي تقدمها الوسيلة الإعلانية للتعرف على مكانة كل مادة إعلامية من إجمال المواد المقدمة وتقدير أهميتها النسبية. (التحليل الكمي)
- تحليل المادة الإعلامية لمعرفة اتجاهاتها (التحليل النوعي).
- دراسة الجوانب الشكلية أو المادية للمادة الإعلامية. (الكحكي 2009، ص269 - 272)

ودراسة تحليل المضمون تمكن من التعرف على الاتجاهات التالية

- مدى اهتمام وسائل الإعلام بالموضوعات الإعلامية المختلفة بصفة عامة ومدى اهتمام كل وسيلة بموضوعات محددة.

- الأهمية النسبية التي توليها كل وسيلة إعلامية لكل موضوع من الموضوعات الإعلامية التي تقدمها مع الإشارة إلى العناصر المادية التي تخص المادة الإعلامية موضوع الدراسة.
- تحليل كل موضوع بطريقة تفصيلية دقيقة بهدف التعرف على مضامينه. (عبد الرحمن وأخرون،1983، ص 105)

د ـ جمهور وسائل الإعلام:

يُقصد بجمهور وسائل الإعلام: القراء والمستمعون والمشاهدون ويستهدف هذا النوع من المسوح دراسة المجالين التاليين :

1 ـ جمهور الوسيلة الإعلامية غير متجانس ويتعين دراسته من حيث التنوع الديمغرافي مثل فئات العمر أو السن والنوع ودرجة التعليم والمهنة والتوزيع السكاني والطبقة الاجتماعية.. الخ.

2 ـ تفيد المعرفة الدقيقة للجمهور في تحديد المادة الإعلامية وسياسة التحرير ويستفيد المعلنون من هذا النوع من الدراسات فائدة كبيرة. (حسين، 1995، ص 137)

وتعنى الدراسات المسحية للجمهور بدراسة أنماط القراءة والاستماع والمشاهدة وميول الجمهور، ومثال ذلك :

- **الصحف :** معدل شراء الصحف، العنوان المفضل، الموضوعات التي يقبل عليها الجمهور، الوقت الذي تستغرقه قراءة الجريدة.
- **الراديو والتلفزيون :** كم من جهاز راديو وجهاز تلفزيون في المنزل الواحد، ما هو متوسط الاستماع والمشاهدة، أنسب أوقات الاستماع والمشاهدة، ما هي البرامج المفضلة، آراء الجمهور في تطوير البرامج.

هـ ـ مسح وسائل الإعلام:

هذا النوع من الدراسات يستهدف التعرف على شخصية وسيلة الإعلام من الجوانب التالية :

- التوزيع الخاص بكل صحيفة وخارطة التوزيع.

- عدد أجهزة الراديو والتلفزيون وتوزيعها الجغرافي.
- متوسط قراء كل صحيفة وعدد مشاهدي قناة تلفزيون ما أو إذاعة.
- دراسة مدى تأثير برنامج إذاعي أو تلفزيوني على الجمهور.

و ـ مسح أساليب الممارسة الإعلامية (نمط العمل داخل الوسيلة الإعلامية):

يقصد بمسح أساليب الممارسة في مجال الإعلام دراسة الجوانب والأساليب الإدارية والتنظيمية التي تتبعها أجهزة الإعلام وإداراته في مختلف المجالات الإعلامية، وذلك بهدف تصوير الواقع الميداني ويشمل هذا النوع من المسوح الجوانب التالية:

- دراسة الوضع العام لوسائل الإعلام المختلفة.
- دراسة الهياكل التنظيمية (الجوانب الإدارية والفنية) لوسائل الإعلام.
- دراسة الموارد البشرية العاملة في أجهزة الإعلام.
- دراسة وظائف وسائل الإعلام والأهداف الموضوعة لأجهزة الإعلام.
- دراسة مدى الاعتماد على البحوث والتخطيط في ممارسة الوظائف المختلفة.
- دراسة مدى استخدام وسائل الإعلام في الاتصال بفئات الجمهور المختلفة.
- دراسة مدى اعتماد مبدأ تقويم النشاط الإعلامي. (القادري، 2008، ص 145)

5 ـ أهداف بحوث الإعلام ومجالاتها:

تهدف بحوث الإعلام إلى تحقيق ما يلي:

- معاونة الأجهزة المسؤولة على وضع السياسات الإعلامية على اختلاف مستوياتها.
- معاونة الإعلاميين الممارسين في وسائل الإعلام على زيادة كفاءتهم في العمل.
- معاونة المؤسسات الإعلامية المختلفة في اختبار البدائل المناسبة لكل منها في مجال الإدارة.

- معاونة الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية على تكوين نظرة نقدية وموقف انتقائي. (صادق، 2011ص 44)

وتشمل مجالات بحوث الإعلام ما يلي:

- بحوث تستهدف التعرف إلى اتجاهات جمهور المستفيدين من الخدمات الإعلامية وخصائصهم وأنماط استفادتهم من هذه الوسائل.
- بحوث تستهدف توفير معلومات وبيانات عن العوامل والمتغيرات المؤثرة في الإعلام وكذلك دوره الاجتماعي والتعليمي.
- بحوث تستهدف التعرف إلى خصائص الوسائل الإعلامية والقائمين بالاتصال وأساليب الممارسات الإعلامية.
- بحوث تستهدف التخطيط لوسائل الإعلام كالتخطيط لبدء قناة جديدة أو فترة إرسال جديدة.
- بحوث تستهدف دراسة المواد الإعلامية وتحليلها.
- بحوث تستهدف قياس عائد الجهود الإعلامية وتقييم تأثير الإعلام.
- بحوث تستهدف تقييم تأثير الجهود الإعلامية غير المحلية على الأوضاع الإعلامية الوطنية(العاضي، 2009، ص18)

أ ـ معايير اختيار المشكلة الإعلامية:

تعتمد عملية اختيار المشكلة العلمية مجموعة من المعايير بحسب طبيعة الموضوع ونوعيته وتوفير إمكانيات البحث واهتمامات الباحث، وأهم هذه المعايير:

مدى اسهام البحث في المعرفة الإنسانية:

- جدة البحث وتجنب التكرار غير المقصود أي أن تكون المشكلة جديدة ويكون قد سبق بحثها من جوانب متعددة.
- مدى ارتباط مشكلة البحث بالمشكلات الفعلية في المجتمع أو في مجال

التخصص وصلاحياتها للتطبيق ويرتبط هذا المعيار بالنظرة الحديثة لوظيفة البحث العلمي وبشعار « العلم للمجتمع».

- تكون المشكلة واضحة لا فضفاضة غامضة ولا ضيقة محدودة.
- تكون المشكلة هادفة بما يجعل النتائج التي يتم التوصل إليها تسهم في التقدم العلمي والمعرفة الإنسانية. (عبد الرحمن وآخرون، 1983،ص122)

ب ـ الصعوبات التي تواجهه البحث العلمي عامةً وبحوث الإعلام خاصةً

يشكو البحث العلمي من نظرة سلبية سائدة في بعض الأوساط وظهرت في هذا السياق اتجاهات أهمها :

❖ **الفهم القاصر لوظيفة البحث العلمي :**

يتصور بعض المسؤولين أن الباحث بعيد عن الواقع ويعد أعماله في إطار نظري بحت لا صلة له بالتطبيق.

❖ **تقييد البحث العلمي :**

يسود شعور بالريبة إزاء الباحثين إذ يعتقد أن نتائج بحوثهم سوف تسفر عن أنماط تفكير جديدة، وهذه الأفكار يخافها الناس حتماً لتشبثهم بسلوكيات اعتادوا عليها.

❖ **الاستخفاف بأهمية البحث العلمي :**

يسود شعور بالاستخفاف بالبحث العلمي ناتج عن جهل بمدى أهميته.

❖ **المبالغة في تقدير العلماء :**

يعتقد بعض الناس أن العلماء فئة من ذوي الموهبة والعبقرية وهذه الصورة لا تخدم بالضرورة البحث العلمي.

❖ **لا تكافؤ في أنواع البحوث :**

يلاحظ تفضيل نوع من البحوث عن نوع آخر مثل تفضيل البحوث التطبيقية على النظرية وتفضيل العلوم الطبيعية على البحوث الاجتماعية. (حسن 2006، ص72)

ج ـ أما الصعوبات الناتجة عن عدم توفر المعلومات البحثية وقصور البحث فهي:

- **صعوبة توفر مقومات الرأي العام** بمفهومه العلمي بما يؤدي إلى صعوبة قياس الرأي العام والوصول إلى نتائج ذات دلالة.
- **الاهتمام غير المتوازن بأنواع محددة من البحوث الإعلامية:**

يلاحظ اهتمام أوفر بالدراسات في المجالات الفنية والتقنية والتطبيقية على حساب الدراسات النظرية مما أدى إلى تباطؤ عملية استنباط النظريات في مجالات الإعلام المختلفة.

- **نقص البحوث المتصلة بالتأثير:**

لوسائل الإعلام تأثير في الجمهور وهذا التأثير يعنى بعملية الاتصال كونها عملية اجتماعية لها دورها في تطور المجتمع وهذه العملية لم تدرس دراسة جادة.

- **البطء في الوصول إلى نتائج علمية:**

المنفذون في مجال الإعلام يحتاجون إلى نتائج سريعة تفيدهم في أخذ قرارهم. (ماكويل،1993.، ص 88)

- **استخدام الأسلوب النمطي في معالجة بعض المشكلات البحثية** بما يجعل بعض البحوث تبقى دون جدوى ومعظم بحوث الإعلام كانت وصفية أكثر منها تحليلية.
- **استخدام بعض نتائج البحوث التي أجريت في الدول الأجنبية** بما جعل نتائج بعض البحوث غير صالحة للتطبيق لاختلاف الظروف الاجتماعية والاقتصادية وغيرها.
- **الاهتمام بدراسة التأثير السريع للمواد الإعلامية دون دراسة التأثيرات البعيدة المدى**

د ـ أبرز الصعوبات المتأتية من عدم التعاون بين الباحثين والمهنيين:

- عدم اقتناع الممارسين في مجال الإعلام بأهمية البحوث ودورها في ترشيد السياسات الإعلامية.
- التباعد الفكري بين الباحث والمخطط.
- قلة الاهتمام بالمشكلات العملية.
- ضعف التمويل.

هـ ـ أمّا الصعوبات التي تتعلق بالجوانب المنهجية المستخدمة في وسائل الإعلام:

ـ تقصير الإعلام والاتصال الجماهيري في بلورة نظريات خاصة به.

ـ صعوبة قياس تأثير الإعلام وحده في ظاهرة من الظواهر الاجتماعية التي يقوم الباحث بدراستها.

ـ صعوبة قياس التأثير التراكمي للإعلام (رجع الصدى).

ـ صعوبة إجراء بعض التجارب الميدانية.

ـ الاقتصار على استخدام منهج واحد وعدم اعتماد مبادئ التنوع في استخدام المناهج المختلفة.

ـ عدم توفر مقاييس دقيقة يمكن استخدامها في بحوث الإعلام.

ـ الأخطاء التي يحتمل وقوعها بسبب تحيز الباحثين أو الاستنتاج الخاطئ.

ـ أهمية دراسة المتلقي باعتباره المستهلك النهائي للمواد الإعلامية.

ـ النقص الواضح في البيانات والاحصاءات.

ـ الحاجة إلى إجراء بحوث بصفة دورية ومنتظمة. (صادق، 2008، ص 96)

و ـ الصعوبات التي تتعلق بعدم توفر مراكز بحوث متخصصة وانعدام التعاون:

ـ عدم وجود مراكز بحوث متخصصة في بعض البلدان.

ـ الافتقار إلى التكامل بين البحوث الإعلامية التي أجريت.

7 ـ المشكلات التي تواجه البحوث الإعلامية في الدول النامية:

تتمثل أبرز المشكلات بما يلي:

ـ عدم توفر بعض المقومات البحثية وقصور الاتجاهات والأساليب البحثية المستخدمة: وتشمل صعوبة توفر مقومات الرأي العام بمفهوم البحث العلمي، مما يؤدي إلى صعوبة قياس الرأي العام للوصول إلى نتائج ذات دلالة الأمر الذي ينعكس على فعالية جزء مهم من البحوث الإعلامية.

ـ الاهتمام غير المتوازن بنوعية البحوث الإعلامية : والذي انعكس أحيانا في الميل إلى إجراء دراسات في المجالات الفنية والتطبيقية البحثية مع إغفال الدراسات النظرية والفلسفية مما أدى إلى تباطؤ عملية استنباط النظريات في مجالات الإعلام المختلفة.

- نقص البحوث في مجال التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في الجماهير وذلك رغم أهمية هذا الجانب من المعالجة البحثية في رسم وصياغة سياسية إعلامية مستنيرة.
- البطء في التوصل إلى نتائج ذات دلالة تفيد المخططين والمنفذين في مجال الإعلام والذين يحتاجون إلى نتائج سريعة تفيدهم في اتخاذ القرارات ورسم السياسات الإعلامية وممارسة العمل الإعلامي اليومي.
- استخدام الاسلوب النمطي في معالجة بعض المشكلات البحثية دون التعمق بالظواهر السطحية والشكلية للمشكلة.
- الاستعانة بنتائج البحوث التي أجريت في الدول المتقدمة أو النامية وهوما يترتب عليه عدم صلاحية النتائج للتطبيق نظراً لاختلاف الظروف البيئية والمجتمعية والثقافية والحضارية.
- التركيز على دراسة التأثير السريع والمباشر للمواد الإعلامية دون التنبه إلى دراسة التأثيرات المتراكمة طويلة الأجل مما يقيد الاستبصار الأعمق بالمشكلات الإعلامية وعدم التعاون الفعّال ما بين الباحثين والممارسين في مجال الإعلام.
- إغفال الحديث عن أخلاقيات ومبادىء العمل الإعلامي وضرورة الالتزام بها، بالرغم من أنها من أكثر المشكلات الإعلامية تعقيداً، والتركيز على الصحافة الإلكترونية ومقارنتها بالورقية.

وقد ركزت الدراسات المتعلقة ببحوث الإعلام على أهم المشاكل التي تعاني منها البحوث في الدول النامية، كما أكدت دراسات قام بها أساتذه وخبراء الإعلام على الجوانب السلبية ونواحي القصور في بحوث الإعلام في هذه الدول، ولا شك أن هذه الاتجاهات في التقويم مردها إلى أسباب من أهمها :

- التنمية التي تخوضها هذه الدول وقيام الباحثين بدراسة مشكلات التخلف ومن بينها التخلف في استخدام أساليب البحث العلمي في مجالات التنمية.
- الدراسات الخاصة بدور الإعلام في مجالات التنمية الوطنية في الدول المختلفة، مما يتيح الفرصة لدراسة جوانب القصور في استخدام الإعلام بجوانبه المختلفة.
- افتقار بحوث الإعلام في الدول النامية إلى الجوانب التي تزيد من فعاليتها كتوفر الخبرات الفنية والبحثية واستخدام المناهج العلمية السليمة ومعالجة المشكلات الإعلامية باستخدام أساليب علمية موضوعية. (عايش،2010، ص115)

أما المشكلات المنهجية لها علاقة بمستقبل البحوث الإعلامية فأهمها:

- صعوبة قياس تأثير الإعلام وحده في الظاهرة نظراً لتداخل عدة عوامل ومتغيرات في إحداثها وفي التأثير في فعالية الإعلام، ولما كان الإعلام يستهدف الأثار التراكمية طويلة المدى فإن القياس الفوري أو العاجل لتأثيره يواجه صعوبات ويعطي بيانات خاطئة.
- صعوبة إجراء بعض التجارب المعملية والبيئية في مجال الإعلام نظراً لتعدد المتغيرات المؤثرة في الظاهرة الإعلامية موضع الدراسة.
- عدم استخدام المناهج المختلفة في دراسة الظواهر والمشاكل الإعلامية، والاقتصار على منهج واحد حيث يؤدي ذلك إلى احتمال عدم التوصل إلى معلومات صحيحة وصعوبة التثبت من صحتها وصدقها ودلالاتها.
- الأخطاء التي تنتج من قبل الباحثين بسبب التحيز أو التفسير الخاطىء للمعلومات والبيانات والنتائج.
- دراسة الفرد بصفته المستهلك للمنتج الإعلامي، وهوما يزيد من صعوبة الدراسة الإعلامية نظراً لدرجة التباين الشديد في احتياجاتهم وآرائهم واتجاهاتهم ودرجة التأثير الإعلامي التي تحققت لديهم.
- التناقض الواضح في العديد من البيانات والإحصاءات وعدم كفايتها.
- الحاجة إلى إجراء بحوث الإعلام بطريقة مستمرة وإعادة تطبيقها في كل فتره زمنية نظراً لعدم ثبات نتائج هذه البحوث لفترة طويلة، وتأثرها بالمتغيرات التي تحدث بالمجتمع أو في وسائل الإعلام. (العرب،2010، ص127)

8 ـ الخاتمة والتوصيات:

لم تواكب بحوث الإعلام العربية الاهتمام الدولي المتزايد على الرغم من وجود بعض النماذج الطيبة لدى عدد محدود من الدول العربية، فضلا عن التفاوت الحاد بين الدول العربية فيما يتعلق بمفاهيم بحوث الاعلام وأهميتها وتطبيقاتها، وإمكان التعاون العربي في مجالاتها المتنوعة.

وأصبحت المشكلة التي تعاني منها الدول العربية اليوم قلة بحوث الإعلام،

وعدم توافرها بالكمية والنوعية المطلوبة وهي مشكلة تتولد عنها مشكلات فرعية يتمثل أهمها في :

- عدم الاعتراف بأهمية بحوث الإعلام وجدواها لدى الجهات المعنية بها.
- التقدير الناقص للدور الذي يمكن أن تؤدية بحوث الإعلام في المجتمع.
- عدم تشجيع الجهود البحثية في مضمار الإعلام والجوانب المرتبطة به.
- عدم استخدام بحوث الإعلام – إذا توافرت رغم ندرتها – في اتخاذ القرارات الإعلامية، وغياب الأساليب العلمية في الإفادة من نتائج هذه البحوث.
- الافتقار إلى التنسيق بين جهود المؤسسات الوطنية في مجال « بحوث الإعلام « وكذلك بين جهود هذه المؤسسات والمراكز الاقليمية فيما يتعلق بالتكامل المعرفي، والتبادل، والإفادة، والتوثيق.

وتتمثل أهم التوصيات التي تتعلق بإمكانية تطوير البحوث الإعلامية العربية بما يلي:

- يقدم فحص النتائج الاجتماعية للاتصال الجماهيري في نطاق إقليمي إسهاماً مهماً، ويجب أن تخضع كثيراً من المشاكل الثقافية الشائعة للتحليل الفعّال بما يحقق الفهم المشترك.
- ضرورة التعاون العربي في مجال بحوث الإعلام، وتبادل الخبرات والمعلومات بشأنها، الأمر الذي يساعد على توحيد المفاهيم في الوطن العربي، ونشر الخبرات بين العاملين في المجال الواحد، وإثارة الاهتمام فيما بينهم لإجراء البحوث المماثلة.
- تشجيع المؤسسات والمراكز والمعاهد المعنية ببحوث الاتصال الجماهيري على عقد اجتماعات دورية بين الخبراء والمخططين والممارسين لمناقشة تأثيرات الاتصال الجماهيري.
- انشاء مراكز إقليمية – أو توسعتها حيث وجدت – لتعزيز وتنسيق البحوث، وضمان نشر نتائجها، وان تعمل على تبادل هذه الأبحاث والقيام بالانشطة التدريبية في مجالها.
- إعداد الدراسات الخاصة بمدى تأثير استخدام تكنولوجيا الأقمار الصناعية على النشاط الإعلامي في الدول العربية.

- توسيع نطاق خدمات المراكز البحثية في العالم العربي حتى تشمل الدول العربية كافة بدلا من اقتصارها على دولة أو دول محددة وتدريب الباحثين على خدمات التوثيق والمعلومات والنشر العلمي.
- ضرورة وجود برنامج مستمر للأبحاث الإعلامية على المستوى العربي والتوعية بأهمية البحث الإعلامي في خدمة المجتمع.
- مخاطبة البحوث الإعلامية للمشكلات الفعلية ومساهمتها في التوصل إلى حلول علمية وواقعية.
- توفير البيانات والمعلومات الأساسية للباحثين كقاعدة معرفية للقيام بالبحوث الإعلامية، وضرورة تعاون الأكاديميين والممارسين في وضع الاستراتيجية الإعلامية لمواجهة المشكلات التي تؤثر في حاضر المجتمع ومستقبلة.
- ضرورة توافر مراكز بحوث إعلامية متفرغة للنظر إلى الظاهرات الإعلامية من منطق الشمول، وأهمية التفسير المتكامل لها.
- البحث عن الطرق الفعّالة لإيصال نتائج البحوث الإعلامية إلى المسؤولين الإعلاميين الذين يمكنهم الإفادة منها في ترشيد العمل الإعلامي.
- ضرورة الاهتمام بالإعداد العلمي للباحث الإعلامي في كافة الجوانب التي تؤهله – علمياً وثقافياً ومنهجياً – لممارسة البحوث الإعلامية على أساس من التكامل المعرفي، والتركيز على أهمية التدريب العملي والمستمر للباحثين الإعلاميين، ووضع بعض المؤشرات والمعايير التي يمكن الاسترشاد بها في اختيار الباحثين الإعلاميين.
- ترجمة أهم البحوث الأجنبية للإفادة منها في إثراء العمل البحثي الإعلامي العربي، وضرورة التنبية إلى المشكلات والعوائق التي تصادفها من نقص «التوثيق» سواء في مجال البيانات والمعلومات أو الدراسات الإعلامية بعد إجرائها.
- تخصيص موارد مادية كافية تسمح بإجراء البحوث خشية عدم القيام ببحوث إعلامية بالمستوى المطلوب.
- التنسيق للتعرف على البحوث التي أجريت والتي يتم إجراؤها والمجالات الأساسية لكل منها منعاً للتكرار رغم أن التكرار مهم جداً للتأكد من صدق البيانات والمعلومات وثباتها وطنياً واقليمياً.

المراجع:

1. بدر، أحمد (1998) الاتصال الجماهيري بين الإعلام والتنمية والدعاية، دار قباء للطباعة النشر والتوزيع، القاهرة.
2. البطريق، نسمة أحمد(2008) الإعلام والمجتمع في عصر العولمة. سلسلة الفن الإذاعي ـ العدد 190، القاهرة.
3. حسين، سمير محمد (٢٠٠٦) دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الإعلام،مكتبة عالم الكتب، القاهرة.
4. حسين، سمير محمد (1995) دراسات في مناهج البحث الإعلامي: بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة.

5.درويش، السيد بخيت محمد (2006) تجربة صحافة المجتمع المدني في الدراسات الإعلامية الأمريكية"مجلة كلية الإعلام،جامعة القاهرة عدد مارس 2006.

6. الزرن، إيمان محمد (2007) تدويل الإعلام العربي، الوعاء ووعي الهوية، دار صفحات، دمشق.
7. شومان، محمد (2010) دراسة بعنوان "إشكاليات تحليل الخطاب في الدراسات الإعلامية العربية "
8. صادق، عباس مصطفى (2011) "الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال.
9. صادق، عباس مصطفى (2008) "الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، دار الشروق عمان.
10. طايع، سامي (2001) بحوث الإعلام، دار النهضة العربية، القاهرة.
11. الطائي، مصطفى وأبوبكر، خير (2007) مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء، الاسكندرية.
12. عايش، محمد إبراهيم (2010) الإعلام العربي في عصر المعلومات ـ رؤية تحليلية.
13. عبدالله، خلدون،(2010) الإعلام وعلم النفس، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
14. عبد الرحمن، عواطف وآخرون (1983) تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، العربي للنشر والتوزيع القاهرة.
15. عبدالحميد، محمد (2000) البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة.

16. عثمان، عزة عبد العزيز (2012) الاشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني دراسة من منظور تحليلي نقدي "ورقة مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال " الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية".
17. العرب، إيمان محمد (2010) الاعلام والمجتمع، دار المصطفى للطباعة والكمبيوتر، كلية الأداب، جامعة طنطا، القاهرة.
18. عمر، أحمد (2002) البحث الإعلامي، مفهومة وإجراءاته ومناهجه، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، بيروت.
19. عمر، السيد أحمد مصطفى (1994) البحث الإعلامي : مفهومه وإجراءاته ومناهجه، بنغازي: جامعة قار يونس.
20. الغرايبة، فيصل، وآخرون (2010) أساليب البحث العلمي، ط 5 عمان: دار وائل للنشر.
21. القادري، نهوند (2008) قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكيك، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
22. كامل، محمود عبد الرؤوف (2007) دراسة تحليلية مقارنة استيصارية لدورتي الصحافة والإعلام الامريكية والمجلة المصرية لبحوث الإعلام بعنوان " اتجاهات بحوث الصحافة والإعلام في أمريكا ومصر".
23. الكحكي، عزة مصطفى (2009) "استخدام الأنترنت وعلاقته بالوحدة النفسية وبعض العوامل الشخصية لدى عينة من قطر"، أبحاث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 9-7 ابريل.
24. لعياضي، نصر الدين (2009) "الرهانات الابستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي/ نحو أفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية"، بحوث المؤتمر الدولي، "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد"، جامعة البحرين، من 9-7 ابريل، ص18.
25. مزاهرة، منال (2014) مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان- الأردن.
26. مزاهرة، منال (2010) بحوث الإعلام، دار كنوز المعرفة، ط 1.
27. مكويل، دنيس (1993) الإعلام وتأثيراته - دراسات في بناء النظرية الإعلامية، ترجمة: عثمان العربي.

الأجنبية

1. Carolin, Mehrtens, (2013) The Most Important Thinks in the Media Research, University of Twente.
2. Helsinki, (2012) Differences in Media Research's, University of Applied Sciences.

3. Madeline, Storck, (2011) Media Literature, University of Andrews, Scotland.
4. Maria, Johansson, (2010) Weakness in Media Research, Lulea University of Technology.
5. W. Schramm, (1964) , Mass Media & National Development : The Role of Information in the Developing Countries، Stanford, California Stanford University Press.
6. M.L.De Fleur, (1966) Theories of Mass Communication, (1st ed.) ،NY : Longman Inc.
7. J.D,.Halloran, (1974) Mass Media and Race: A Research Approach. Introduction to Race as News, Paris: the UNESCO Press.
8. J.A., Carey, (1978) Plea for the University Tradition, AFJ Presidential Adress, Journalism Quarterly.

إشكالية الترجمة في علوم الإعلام والاتصال

بين المشارقة والمغاربة

أ.بن عمار سعيدة خيرة
جامعة الجزائر 3/ الجزائر

تمهيد

نتيجة التغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية الحاصلة في العالم اليوم، وهيمنة دول الشمال على دول الجنوب وعولمتها في جميع المجالات خاصة المعرفية منها، جعل الدول العربية بحاجة ماسة إلى ترجمة كل ما يصدر عن الدول الغربية من تراث وإنتاج معرفي حتى تتمكن من مواكبة العصر ومسايرة الركب الحضاري والمعرفي والعلمي.

فغالبا ما تتجه هذه الدول غير المنتجة للمعرفة والعلوم إلى ترجمة الرصيد المعرفي الغربي، فالترجمة تعتبر نشاطاً لا بد منه لاستمرار عملية التواصل والتعارف البشري، وباعتبارها كذلك وسيلة للمثاقفة والنقل الحضاري العام بين الأمم، وكذا لما لها من أهمية في تطوير البحث العلمي ومساهمتها في تقارب وجهات النظر وتحديد وتصحيح مسار ومستقبل الدراسات على المستوى المحلي والعالمي.

ومن بين المجالات الهامة اليوم في العلوم الإنسانية والتي هي بحاجة أكثر إلى الترجمة هو مجال علوم الإعلام والاتصال الذي يعتبر حقلا جديدا وخصبا في ميدان العلوم الإنسانية لا زالت الأبحاث قائمة فيه لحد الساعة وذلك نتيجة تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال وظهور ما يسمى بالإعلام الجديد من مواقع للتواصل الاجتماعي، وكذا تسابق الدول الغربية إلى الاهتمام بكل أنواع وأشكال الاتصال التي ظهرت مع هذه

التكنولوجيات وكذا جميع التغيرات النفسية والاجتماعية التي تحدثها هذه التكنولوجيات على الفرد والمجتمع.

مع اتجاه دول العالم العربي إلى استخدام هذه التكنولوجيات والتأثر بها فالباحث العربي بحاجة إلى ترجمة ما تنتجه الدول الغربية من أبحاث ودراسات في هذا الميدان، لكن انقسام دول العالم العربي إلى المشرق العربي والمغرب العربي أثر هذا بحدوث انقسام أيضا على مستوى الترجمة بفعل اتجاه كل دولة إلى ترجمة ما تنتجه الدولة الغربية التي تتبعها هذه الدولة العربية فنجد اتجاه دول المشرق العربي ترجمة ما ينتج عن الدول الانجلوسكسونية في حين تتجه دول المغرب العربي إلى ترجمة والاهتمام بالإنتاج الفرانكفوني، وطبعا هذا راجع لعوامل تاريخية سياسية استعمارية.

هذا الانقسام في التوجه أحدث تبايناً واختلافاً في الرصيد المعرفي والثقافي المترجم إلى العربية بين الاتجاهين المشرقي والمغربي، وأثر هذا جليّ على البحث العلمي العربي في علوم الإعلام والاتصال لمّا أصبح يواجه الباحث العربي من صعوبات في توحيد استخدامه للمصطلحات وخاصة الباحث المغاربي الذي يعاني دائما من نقص المراجع في هذا الحقل وبالتالي يتوجه إلى الإنتاج المعرفي المشرقي والذي لا يجد فيه ما يتوافق مع معارفه البحثية الإعلامية والاتصالية.

ويمكن تحديد هذه الإشكالية في سياق التساؤلات التالية:

- فيما تكمن أهمية الترجمة في البحث العلمي؟.
- ما هي الصعوبات والمشاكل التي تواجه الترجمة إلى العربية؟.
- ما هي المصطلحات الإعلامية المترجمة التي تعرف اختلافا بين دول المشرق العربي والمغرب العربي؟.

تشكل هذه الأسئلة الناظم الإشكالي لمقالتنا هذه، كما تشكل المحور الأساسي لهذه المداخلة حيث سنقوم بمحاولة تقديم إجابات واضحة عن أبعاد هذه الإشكالية.

1- في مفهوم الترجمة: تعتبر الترجمة نشاطاً إنسانياً وفعلاً ثقافياً وجد بوجود الإنسان ولهـــا أهمية بالغة في الحياة الإنسانية باعتبارها تساعد على تعارف الأمم والحضارات وتقارب وجهات النظر بينها، كما تساهم في خلق طريق للاتصال بين الشعوب وكذا المساعدة على استمرارية هذا التواصل بينهم.

أ. **التعريف اللغوي للترجمة:**

مادة الترجمة ترجع إلى الفعل الرباعي «ترجم» وهو بمعنى بيان الكلام وتوضيح معانيه وجعله بسيطا ويسيرا مفهوما، فتكون الترجمة بمعنى التوضيح والتفسير والتبيين، تقول ترجم كلام غيره أو عن غيره بمعنى نقله من لغة إلى أخرى، والترجمان هو المفسر للّسان، نقول ترجم يترجم ترجمة، كما أن للترجمة معنى يفيد السيرة والحياة، نقول ترجمة فلان بمعنى سيرته الذاتية وجمعها تراجم.[1]

ب ـ **أما بالنسبة للتعريف الاصطلاحي للترجمة:** هي:«نقل معاني نص من لغة إلى لغة أخرى مع مراعاة الدقة والأسلوب، ويتطلب ذلك فهم النص الأصلي والتعبير عن المحتوى والأسلوب بلغة أخرى، فالمترجم يجب أن يتقن اللّغتين المترجم منها والمترجم إليها».[2]

بالإضافة إلى هذا التعريف يجب المحافظة في الترجمة على روح النص المنقول، «فإذا كانت الكلمات هي التي تشكل اللّبنات التي يتكون منها البناء اللّغوي فإن القواعد اللّغوية هي القوالب التي تصاغ فيها الأفكار والجمل، وروح المترجم وأسلوبه في التعبير ومواهبه الكامنة فيه وخلفيته الثقافية هي التي تميز الترجمات المختلفة لنفس النص».[3]

ج ـ **الترجمة في مدلولها الثقافي والحضاري:** الترجمة عمل ثقافي ينتج عنه تثاقف طويل الأمد على صعيد الأفراد والجماعات وهي تعبر عن أبعاد حضارية قابلة للتعميم والانتشار عبر تفاعل للثقافات في إطار من العلاقات المبنية على التبادل الثقافي الحر والإبداعي بين مختلف الشعوب والقوميات، فالترجمة عامل مساعد في عملية التثاقف بين الشعوب كما تسهل عملية التفاعل بين الأفراد والجماعات.

ويمكننا القول إن مرحلة الترجمة مرت بمرحلتين كبيرتين[7] مرحلة الترجمة غير المباشرة، إذ كانت الفارسية واليونانية هما الوسيط ثم مرحلة الترجمة المباشرة، حيث تمت ترجمة الكتب المكتوبة بالسنسكريتية واليونانية إلى العربية مباشرة ومن دون لغة وسيطة.

خلال النصف الثاني من القرن العشرين عرف لبنان نشاط ترجمة مكثفاً في خدمة الصحافة والتعليم في المجال الأخير، وظهرت نخبة من المترجمين المكونين بصورة مثلى في الغرب وإلى جانب اللغتين الفرنسية والانجليزية، استخدمت اللغة الايطالية

أنذاك من أجل التبادلات التجارية مع ايطاليا غير أن اللغة العربية التي ركدت وتراجعت تحت السيطرة العثمانية عرفت تطورا جديدا بفضل الترجمة عن اللغات الأوروبية ظهرت آنذاك حركات تطالب بضرورة تشجيع الكلام بها كلغة رسمية.

2 ـ أهمية الترجمة:

للترجمة أهمية كبيرة في حياة الإنسان والأمم والحضارات فهي تعتبر نشاطاً معرفياً علمياً، وجد بوجود الإنسان واللغة ولازال قائما إلى اليوم فهي تعتبر عملية نقل لنصوص ومعانٍ وأفكار من لغة إلى لغة أخرى، عدا هذا فهي تعتبر أداة للحوار والتواصل والتثاقف بين الأمم والشعوب.

ويمكننا حصر هذه الأهمية في العناصر التالية:

ـ الترجمة هي وسيلة لتبادل الثقافات والمعارف والعلوم وإتاحة الفرصة لشعوب الأرض كافة للتواصل الثقافي والحضاري[8] من خلال اطلاع كل واحدة منها على أفكار وآراء ووجهات نظر الآخر وبالتالي تفتحها على ثقافة الآخر، وهذا ما يساعد على التقارب وتوطيد التواصل الإنساني والتحاور الحضاري، كما تساعد الأمم على تأكيد ذاتها أمام الآخر والعكس، فالترجمة وسيط مهم وفاعل في عملية المثاقفة بين الحضارات، وما من لغة خلت من تأثير أو تأثر بأخرى على امتدادها التاريخي بصرف النظر عن مراحل الازدهار والركود في مؤشر الترجمة.[9]

ـ الترجمة هي عمل ثقافي ينتج عنه تثاقف طويل الأمد على صعيد الأفراد والجماعات وهي تعبر عن أبعاد حضارية قابلة للتعميم والانتشار عبر تفاعل الثقافات في إطار من العلاقات المبنية على التبادل الحر بين مختلف الشعوب والقوميات.[10]

ـ الترجمة تمثل حركة أخذ وعطاء وتبادل في جميع المجالات بإتاحة اللّقاء بين الثقافات والتفاعل بينها، وللترجمة أهمية كبيرة في تحقيق التقدم الحضاري والاقتصادي والاجتماعي وقد باتت نشاطا مؤسسيا يوميا في حياة الأمم والشعوب الراقية يؤثر في كل أعمالها وخططها.[11]

كما تمثل الترجمة وسيلة حاسمة في تعميق علاقات التواصل مع العالم المتقدم وفي توسيع

دوائر الحوار التي تؤدي إلى امتلاك مفردات العصر ولغاته وتجسيد الهوة الفاصلة بين المتقدم والمتخلف والسبل إلى فتح آفاق جديدة من وعود المستقبل الذي لا حدّ لإمكانياته وعلامة الانتساب إلى الحضارة العالمية في تنوعها الخلاق، ولذلك أصبحت درجة التقدم تقاس بدرجة ازدهار حركة الترجمة في هذه الأمة أو تلك، كما تقاس بشمول هذه الحركة في تعدد مجالاتها التي تصل الحاضر بالماضي في التطلع إلى المستقبل.

- هي فعل معرفي وثقافي وحضاري وجهته المصالحة مع الذات والتقريب بين الشعوب والتعايش فيما بينها، هي جسر للتواصل بين الشعوب والحضارات على مرّ التاريخ تعزز التلاقي والتلاقح الحضاريين، وترعى التقارب الثقافي بين الشعوب وتدحض الصدام وتدعم الحوار والتبادل الثقافيين بين أمم الأرض وتسهل التواصل بين الأمم وتفتح النوافذ على الثقافات الأخرى للشعوب الأخرى.[12]

- إغناء الثقافة العربية بمعطيات الثقافات الأخرى بما ابتدعه رجال الفكر في العالم من آراء ونظريات وأفكار غيرت مسارات الحضارة البشرية أو أثرت بها وما أوجده رجال العلم والأدب والفن من آثار ومؤلفات وأبحاث قيمة ولاسيما في مضمار العلوم الجديدة والتقنيات المعقدة التي صارت سمة هذا العصر ووسيلة مجاراة التطور المادي والاجتماعي فيه. [13]

3 - مشاكل الترجمة:

يتميز العصر الذي نعيشه بالانفجار المعرفي والتدفق السريع للمعلومات ممّا يظهر هنا دور الترجمة وأهميتها في نقل هذا التراث المعرفي من حضارة إلى أخرى أو من الدول المنتجة إلى الدول المستهلكة، فالترجمة نشاط علمي معرفي يساعد على عملية المثاقفة فهي: (ليست عملية نقل ألفاظ لغة إلى ألفاظ لغة أخرى إنما هي عملية نقل معنى مفهوم إلى نفس المعنى المفهوم في لغة أخرى، ومن هنا تبدو الترجمة عملية تحتاج إلى جهد وبصيرة نافذة).[14]

وحتى تكون الترجمة سليمة واضحة ودقيقة وجب توفر بعض الشروط في المترجم كضرورة إتقانه للغة المترجم منها والمترجم إليها وكذا معرفته الكافية بالمجال الذي يترجم منه، والترجمة هنا ليست مسألة نقل نص من لغة إلى أخرى وإنما نقل ثقافة النص

أيضا حتى لا يصبح هناك خلل في المعنى، وكذا مراعاة للسياق الذي وجد فيه النص وبالتالي يمكننا القول :(إن الترجمة ليست مجرد نقل نص من لغة أولى إلى لغة ثانية بل هي نقل حضاري من حضارة أولى إلى حضارة ثانية.....). (15)

ومع ذلك هناك دائما بعض المشاكل التي تواجه الترجمة كترجمة المصطلح الواحد بألفاظ متعددة لاختلاف الخلفيات المعرفية للمترجمين مع غياب التنسيق بينهم وعدم الضبط في التعريف، وخاصة بالنسبة للّغة العربية، والاختلاف في الترجمات يعود إلى أن هناك أكثر من ترجمة لنص واحد، وتختلف فيما بينها في طرق ترجمتها حرفية كانت أو معنوية، والاختلاف في الأخطاء النحوية بل في أساليب التعبير وطرق التصحيح التي تشمل تصحيح النحو وترجمة لفظ بلفظ أو عبارة بعبارة أو فقرة بفقرة.(16)

أ ـاختيار المعنى الملائم: Selecting proper meaning

يجب أن نضع في الاعتبار دائما أن ما نسعى إليه في الترجمة هو التوصل إلى حرفية المعنى وليس الحرفية من حيث الشكل، وعلى ذلك يجب علينا في الترجمة التوصل إلى المضمون.

هناك بعض الكلمات التي لا تقبل الترجمة من منظور ترجمة الكلمة، بمعنى أنه توجد بعض الكلمات في اللّغة الانجليزية التي لا تقبل اللّغة العربية ترجمتها بكلمة واحدة مقابلة، وعلى سبيل المثال كلمة "privatization" قد وضعت لها عدة ترجمات في اللّغة العربية "الخصخصة" أو "التخصيص" أو "التخصيصية" وهذه ترجمات غير دقيقة للكلمة. (17)

ب ـ ترجمة النصوص:

ـ **تعدد الترجمات للنص الواحد**: ويعود وجود أكثر من ترجمة لنص واحد هوربمّا عدم وجود تنسيق بين المترجمين في المجال الواحد للنص الواحد وأحيانا قد يعجز المترجم في إيصال المعنى الدقيق لأي مفردة في النص ويرجع هذا للأسباب التالية:

ـ أن كل لغة تحمل في طياتها العديد من المرادفات التي تختلف في معانيها اختلافا طفيفا عن بعضها البعض، وكما أنه كل لغة تنتمي إلى ثقافة معينة وبالتالي قد ينقل

المترجم الكلمة إلى لغة أخرى ولكن لا يستطيع أن ينقل ثقافة هذه الكلمة بشكل فعال بحيث ينقل تصور صاحب الكلمة الأصلية إلى اللغة المستهدفة في الترجمة، كما تتميز كل لغة بتراكيب وقواعد خاصة بها ومع عدم وجود مقاييس واضحة لنقل التراكيب يمثل عائقاً آخر في الترجمة.[18]

3 ـ **تنوع النصوص المترجمة:** مما يزيد في صعوبات الترجمة هو تنوع النصوص المترجمة بين الأدبية والعلمية، وتشمل النصوص الأدبية كل ما هو نثر أو شعر أو قصيدة أو مسرحية وكل ما يكتب أسلوب أدبي أو يحمل طابع الأدب، أما النصوص العلمية فتشمل ترجمة كل كتب العلوم الأساسية التي لها طابع علمي بحت، مثل كتب الرياضيات والفيزياء والكيمياء.

وتنوع النصوص يتطلب أيضا تنوعاً في طبيعة عمل المترجم الذي يجب أن يكون متخصصاً إما في المجال الأدبي أو العلمي، فالمترجم الأدبي غايته جمالية في حين نجد أن المترجم العلمي يسعى إلى نقل المعلومات وإلى الموضوعية وإلتزام الدقة المتناهية والأمانة في التعبير عن الفكرة التي يريد توصيلها.

وهنا تظهر الحاجة إلى التخصص في الترجمة وفي طبيعة عمل المترجم؛ والتخصص في مجال معين أمر ضروري وهذا لما تتوفر عليه العلوم المختلفة من كم هائل من المصطلحات وبالتالي تظهر هنا الحاجة دائما إلى إيجاد ما يقابل كل مصطلح في لغة معينة إلى ما يقابله تماما في اللغة المترجم إليها.

ـ «فالمترجم مهما بلغت درجة ثقافته لا يمكن أن يكون متخصصا بجميع المواضيع، لذا يجب عليه أن يبحث عن المعلومات التي تنقصه بالتوثيق في المجال الذي يعالجه النص، وفي لغتي الأصل والهدف ليكتشف كيفية الحديث عنه، وليفهم بمعنى آخر النص الأصل من جهة والمصطلحات والتراكيب اللازمة لإنتاج الترجمة من جهة». [19]

ترى سيلفيا غاميروبيريز: «أن النصوص المتخصصة تتميز أساسا باستعمال ما يسمى لغات التخصص، وتحدد خمسة مستويات من المهارات يجب أن يتمكن منها المترجم المحترف وهي معلومات حول المجال الموضوعاتي، وامتلاك المصطلحات الخاصة، والقدرة على الاستنتاج المنطقي، والتعرف على أنواع النص وأجناسه، والقدرة على اكتساب الوثائق».[20]

ـ وفي محاضرة للدكتور أنتوني كالدربانك في نادي المنطقة الشرقية الأدبي، تحدث فيها عن صعوبة ترجمة الأعمال الأدبية شعرا ونثرا، استشهد بالبيت القائل: «وأمطرت لؤلؤا من نرجس وسقت وردا وعضّت على العنّاب بالبرد»، فبالرغم من جمال هذا البيت إلا أنه يفقد كل تلك الهالة الجمالية لوترجم إلى لغة أخرى[21] وبالتالي الترجمة الأدبية هنا حسب رأيه تحتاج إلى أهل التخصص فإن كان النص المراد ترجمته شعرا وجب أن يكون المترجم شاعرا وإن كان النص المراد ترجمته رواية وجب أن يكون المترجم روائي الخ، إلا أن هناك من يتعارض مع هذه الفكرة ويرى العكس، أي أن المترجم الأدبي له حرية أكثر في التعامل مع النص الذي بين يديه كأن يحذف شيئا هنا ويضيف شيئا هناك، على العكس من ذلك نجد أن المترجم العلمي ملزم بالتقيد بالنصوص التي يترجمها، فالتزام الدقة المتناهية شرط من شروط الترجمة العلمية.

ج ـ التساوي **Equivalence:**

إن مسألة التساوي هي مسألة معقدة في الترجمة حيث يرى الكثير من علماء اللغة والترجمة أنه من الصعب تساوي النصوص في ترجمتها من لغة المصدر إلى لغة الهدف، مع مراعاة المعنى والشكل والسياق والقيمة الاتصالية. حيث يرى كاتفورد J. CATFORD أنه يشترط لحدوث التساوي في الترجمة.. .... أن تكون للنصوص في اللغتين ـ لغة المصدر ولغة الهدف ـ صلة وثيقة بملامح ذلك الموقف" ويميز بين ملامح الموقف التي لها صلة بالناحية اللّغوية وبين تلك التي لها صلة بالناحية الوظيفية للموقف أي المتعلقة بالوظيفة الاتصالية للنص في موقف معين.[22]

في حين أننا نجد يوجين نايدا ينادي بالتساوي الديناميكي Dynamic equivalence وحتى يصل المترجم إلى هذا المستوى يجب أن يعطي أولوية للمعنى بدلا من الشكل والأسلوب، ويبحث نايدا التساوي في الترجمة وفقا لأولويات أربع وهي:

ـ أولوية التساوي السياقي على التماسك اللفظي.

ـ أولوية التساوي الديناميكي على التوافق الشكلي.

ـ أولوية الصيغة المسموعة على الصيغة المكتوبة.

ـ أولوية الصيغ التي هي قيد الاستعمال على تلك الصيغ التي تمتاز بصفتها التقليدية.
ويناقش بوبوفيكPopovik مسألة التساوي على أهمية مفهوم التبديل والتحويل الذي يعتبر الترجمة نوعا من التحويل الرمزي Semiotic Transformation ويعتبر هذا التحويل بمثابة تفسير عملي لعبارة نايدا (التساوي الديناميكي) إلا أن عبارة بوبوفيك تؤكد على حقيقة أن هدف المترجم هو تحقيق "الهوية المعبّرة" Expressive identity الموجودة في نصوص كل من لغتي المصدر والهدف.[23]

أما ليفيفرLefevre فيؤكد على أهمية القيمة الاتصالية Communicative value فهو يرى أن ترجمة الأدب تتعلق بصورة رئيسية بإيجاد توافق بين قيمة اتصالية وقيمة اتصالية أخرى ويعرف القيمة الاتصالية بأنها: "مقدرة المترجم على قياس عناصر الزمان والمكان والتقاليد الموجودة في كل من لغتي المصدر والهدف" وهنا يركز لفيفر الاهتمام على العناصر التاريخية والجغرافية والسياقية الموجودة في النص".

وترى سوزان بسنيت مكغواير Susan Bassnett-McGuire أن مسألة التساوي في الترجمة يجب أن لا ينظر إليها على أنها البحث عن التشابه التام لأنه لا يمكن أن يوجد تشابه تام حتى بين مترجمين لنص واحد في لغة الهدف؛ فالأحرى إذن أن لا يوجد تشابه تام بين نصوص المصدر ولغة الهدف.[24]

د ـ الاختلاف الثقافي أو البيئي: (الفروق الثقافية) Cultural or environemental differences

تشكل الفروق الثقافية التي تتباين بين النصوص المترجمة من لغة المصدر إلى لغة الهدف هي الأخرى عائقاً آخر في عملية الترجمة، فكيفية إيجاد معاني بعض الكلمات التي لا تتواجد في ثقافة أو بيئة معينة، ويرتبط هذا الموضوع بمشكلة عدم قابلية الترجمة Untranslatability تلك الكلمات من اللّغة المصدر إلى اللّغة المنقول إليها، وأحد الحلول المقترحة لعلاج مثل هذه المشكلة أن نلجأ إلى أسلوب Transliteration أي كتابة الكلمة في اللّغة المنقول إليها حسب طريقة نطقها في اللّغة المصدر.[25]

هـ - استخدام الكلمة: Word usage

يعتبر السياق في اللّغة العربية هو المحدد الأساسي لطبيعة الأسلوب الذي نتحدث به بمعنى ما إذا كان عاميا أو فصحى، أما في اللغة الإنجليزية فتتمثل إحدى الصعوبات التي تواجهنا في الترجمة الانجليزية في كيفية تحديد نوع الكلمة من حيث طبيعة الاستخدام (رسمي/ غير رسمي).[26]

و - استحالة الترجمة: untraslatability

يرى العالم اللّغوي أ.داف A. Duff أن النص في لغة المصدر قد يتضمن كلمات وعبارات تمثل "ملامح ثقافية في لغة المصدر ليس لها ما يقابلها في لغة الهدف، أو أنها قد تكون موجودة إنما بشكل مختلف ولهذا فإن "بعض المعاني الدلالية قد تضيع أثناء الترجمة.

ويميز العالم اللّغوي كاتفورد بوضوح أكثر بين ما أسماه استحالة الترجمة «اللّغوية» واستحالة الترجمة «الثقافية»، فالأولى ترجع إلى الفروق اللغوية بين لغة المصدر ولغة الهدف، بينما تحدث الثانية حين تكون إحدى الملامح الدالة على الموقف أو الحال Feature situational والتي هي لازمة من الناحية الوظيفية للنص في لغة المصدر، غير موجودة مطلقا في الثقافة التي تكون لغة الهدف جزءا منها، وهذه الناحية الثقافية أكدتها أيضا سوزان بسنت - ماكغواير فهي شيء يصعب ترجمته.[27]

ومن ناحية أخرى، يميز العالم اللغوي نيومارك بين الكلمات والتعابير الواردة في لغة المصدر والتي تعبر عن ظواهر مادية "Physical" وبين تلك التي تمثل مفاهيم عقلية "Mental"، ويرى أنه من الناحية النظرية فإن جميع الظواهر المادية قابلة للترجمة بصورة دقيقة، نظرا إلى أنها مادية وتنتمي إلى عالم المحسوس بينما نجد أن المفاهيم العقلية غير قابلة للترجمة لأنها مثالية وتخص فرداً معيناً.[28]

ز - ترجمة المصطلح:

فتملك الدول الغربية المتقدمة للتكنولوجيات يجعلها أيضا متملكة للعلوم في شتى المجالات والاختصاصات وبالتالي هي المنتج الأول والأخير للمصطلحات الحديثة في

جميع العلوم خاصة حقل علوم الإعلام والاتصال الذي يعتبر حقلا خصبا والدراسات والأبحاث لازالت قائمة فيه، مما جعل الدول العربية تابعة للدول الأجنبية وحتى ميلاد أي مصطلح عربي أصبح يرتبط بميلاد المصطلح الأجنبي.

ـ «فمعظم المصطلحات التي تظهر في العربية تكون ترجمة لمصطلحات أجنبية، والمصطلحات التي تتمّ ترجمتها أو تعريبها لا تكاد تخلومن شوائب الغرابة وأحيانا عجمة التركيب، فباتت عبئا على اللّغة وأداة تشويه لسماتها، فالمصطلح العربي لا يزال ظلاً للمصطلح الأجنبي بل لا تزال صنعة المصطلح العربي لم تتخط مرحلة البحث عن المكافآت اللّفظية للمصطلحات التي تقذف إلى ثقافتنا العربية كل لحظة».(29)

وأصبحت هذه المشكلة الرئيسية بالنسبة للمترجم المتخصص وهي: عدم إيجاد ما يكافئ المصطلح في اللّغة العربية وإن وجد المصطلح المكافئ للمصطلح الأجنبي تظهر هنا مشكلة أخرى تتمثل في عدم توحيد استخدامه و«تبقى مسألة التوحيد مسألة صعبة ونجد أن لدينا ترجمات متعددة للمصطلح الأجنبي الواحد وفقا للغة المنقول عنها واختيار المترجم لصيغة التعبير عن المصطلح وذلك مرجعه انعدام التواصل بين المترجمين والاصطلاحيين وأهل الاختصاص».(30)

وبالتالي أصبحت ولادة المصطلح العلمي العربي رهينة بوجود المصطلح الغربي وأمسى تداول المصطلحات العربية والخطاب العلمي بين المختصين مرتبطا بدرجة تمكن المتلقي من المصطلحات الغربية ومفاهيمها وهذا ينم عن أمرين اثنين: (أولهما أن الجهاز المصطلحي العربي يكاد يكون غريبا في مفاهيمه وشبه عربي في صياغته، وثانيهما أن مهمة الفكر العربي ظلت منحصرة في محاولة استيعاب المفاهيم العلمية الغربية ونقلها إلى العربية في صورة قوائم مفردات جلّها معرب تعريبا صوتيا لا أقل ولا أكثر). (31)

4 ـ تباين المصطلحات في علوم الإعلام والاتصال والعلوم المجاورة بين المشارقة والمغاربة:

أ ـ يرى الدكتور عبد السلام المسدي أن قضية اختلاف المصطلحات بين أقطار الوطن العربي عامة وبين مشرقه ومغربه تخصيصاً ما انفكت تطرح من وجهات نظر

عديدة، إننا لنذهب إلى أن هذا الاختلاف منسوب إلى التنوع وأنه يتأسس على خصائص المنظومة الثقافية هنا أو هناك في الوطن العربي وفي كيفية اشتقاق المصطلحات وصياغتها، فترى أهل المشرق أكثر ميلاً إلى الحفاظ على جماليات اللغة حتى في وضع الألفاظ الدالة على الحقائق العلمية أما أبناء الجناح المغربي فتراهم أظهر جرأة على اللّغة، كأنهم من أنصار الاستعمال أكثر مما هم متعلقون بالمعيار وفيهم جمع غفير يتخطون عتبة الجمال في صياغة المصطلحات.

ومن مظاهر الاختلاف والتباين في اشتقاق المصطلح بين جناحي الوطن العربي استسهال المغاربة التوسل بألية النحت. ولئن عد النحت من الوسائل التي تتموبها لغة العرب فإننا نعتبر أنه الصق بروح اللغات الانضمامية كلغات الأسرة اللاتينية والجرمانية والأنجلوسكسونية، ففيها يتم توليد الكلمات بضم الألفاظ بعضها إلى بعض أو بانتزاع اللفظ الجديد من بعض أجزاء الألفاظ المتعاملة. أما العربية فذات طبيعة اشتقاقية لذلك كان النحت حدثاً طارئاً يعرض لها استثناء، وقد لجأ العرب إليه في حالات نادرة وقد كان قبول اللفظ الدخيل بعد صوغه بما يلائم الأوزان العربية أهون على القدماء من اللجوء إلى النحت وخاصة إذا شذ عن الأوزان المطردة.[32]

ب ـ نماذج عن مصطلحات مختلفة بين المشارقة والمغاربة في علوم الإعلام والاتصال:

سنحاول في هذا العنصر أن نحصر بعض المصطلحات الخاصة بحقل الإعلام والاتصال والعلوم المجاورة وتبيان الاختلاف فيها وفي ترجمتها وفي مفهومها بين المشارقة والمغاربة إذ يشهد حقل الإعلام والاتصال العديد من الاختلافات وعدم الضبط الدقيق للكثير من المصطلحات والمفاهيم بين المشارقة والمغاربة وبين الدولة الواحدة في حد ذاتها، وهذا ما سبب الكثير والعديد من العوائق والصعوبات للباحث سواء كان المغاربي أو المشرقي في إنجاز بحوثه نتيجة تعدد الترجمات للمصطلح الواحد في اللغة العربية واختلاف ترجمته من بيئة إلى أخرى وهذا راجع لاختلاف مصدره.

ـ **بين الإشهار والإعلان:** لعل من أكثر المصطلحات تباينا واختلافا في حقل الإعلام والاتصال هو مصطلحا الإشهار والإعلان إذ نجد توجه المشارقة إلى استخدام الإعلان في أغلب المراجع والبحوث وتعريفه على أنه: «جهود غير شخصية ومدفوعة لعرض

الأفكار والآراء وتفسيرها بجانب استخدامه بشكل واضح في جهود ترويجية للسلع والخدمات من خلال وسائل الاتصال المختلفة معتمدة في ذلك على استمالة العواطف والغرائز بالدرجة الأولى.....»[33]

بينما يعرف الإشهار على انه: «مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة أو المكتوبة على الجمهور بغرض حثه على شراء سلع أو خدمات من أجل استمالته إلى التقبل الطيب للأفكار أو أشخاص أو منشآت». [34]

فهنا نجد مفهوم التعريفين واحداً ألا إن الاختلاف في تناول المصطلح متداول بين البحوث المشرقية والمغاربية ونتيجة لفقر المكتبة المغاربية من المراجع في هذا المجال يجد الباحث المغاربي نفسه مضطرا إلى الاعتماد على الكتب المشرقية ومع عدم ضبط المصطلح نجد اتجاه الكثير من الباحثين أما اعتماد مصطلح «الإعلان» كما هو متواجد في المراجع، أو استبدال كلمة الإعلان بالإشهار.

ـ **بين التأثير والأثر:** تتجه البحوث في الإعلام الاتصال إلى استخدام أكثر لمصطلح تأثير على مصطلح أثر وخاصة المشارقة إلا أنه ظهرت بعض الأراء تنادي بضرورة استخدام مصطلح «الأثر» مكان «التأثير» وهذا راجع لصعوبة قياس طبيعته ودرجته وتحديد مصدره بالضبط، حيث يعرّف الدكتور **السعيد بومعيزة الأثر** على أنه «تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام، وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئا ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي»[35]

ورغم هذه الإشارة إلى الفرق بين التعريفين فإن هناك بعض البحوث تتجه إلى استخدام التأثير وتقديم نفس التعريف الخاص بالأثر، أما **التأثير**: «فيعني التغيير الذي يمكن أن يحدثه التعرض للرسائل الإعلامية على الحالة النفسية أو الذهنية أو المعرفية أو الثقافية أو الاجتماعية، أو على بعضها أو عليها كلّها». [36]

ـ **بين التقرير والربورتاج:** يتجه المشارقة إلى استخدام مصطلح **التقرير** كنوع من الأنواع الصحفية الهامة والأكثر استعمالا في مختلف وسائل الإعلام، ويعرف **التقرير** على أنه: «مجموعة من المعارف والمعلومات حول الوقائع في سيرها وحركتها الديناميكية، فهو إذن يتميز بالحركة والحيوية. والتقرير لا يقتصر على الوصف المنطقي

والموضوعي للأحداث وإنما يسمح في نفس الوقت بإبراز الآراء الشخصية والتجارب الذاتية للمحرر الذي يكتب التقرير».[37]

أما تعريف **التقرير** عند المغاربة فهو: «سرد حدث (اجتماع، مؤتمر، مجلس) بواسطة صحافي ينتقل إلى عين المكان ويحكي، بدون تعليق ما كان شاهدا على وقوعه».[38]

وهو يتضح لنا الفرق بين التعريفين كيف أن التعريف الأول يحكي عن دخول تجارب المحرر في تحرير هذا النوع الصحفي وكيف أن التعريف الثاني يلغي ذاتية المحرر، ونجد أن التعريف الأول للتقرير أقرب إلى تعريف **الربورتاج** عند المغاربة حيث يعرف على أنه:« هو النوع الصحفي الذي يعتبر أكثر نبلا، لا يكتفي فيه الصحافي بتقديم تقرير عن الواقعة لكنه يترك شخصيته وحساسيته تتدخلان في اختيار الأحداث، والسرد والمعالجة».[39]

ـ بين الاستعمال والاستخدام:

يعنى **بالاستعمال**: «ذلك الفعل المتمثل في اختيار أفراد الجمهور لوسيلة إعلامية دون أخرى وأن اختيارهم محدد بخلفياتهم الديمغرافية والسوسيو ـ نفسية والاقتصادية والثقافية، وهذه الخلفيات هي التي تحدد نوع الوسيلة التي يستعملونها أكثر من الوسائل الأخرى، وتتكون لديهم عادات استعمال متمايزة بتميز خلفياتهم، مثل الوقت المفضل لاستعمال تلك الوسيلة أو الوسائل الإعلامية، والمدة الزمنية التي سيخصصونها لتلك الوسيلة وسياق الاستعمال ونمط المحتوى الذي يتعرضون له».[40]

أما **الاستخدام** فيعرف على أنه:«عبارة عن الممارسات الاجتماعية التي تصبح عادية في إطار ثقافة معينة، من خلال الممارسة في النشاط نفسه إلى جانب عوامل الأقدمية المتعلقة بالفعل الممارس، إذ يكون التعامل مع الأشياء الرمزية أو الطبيعية مرتبطا بتحقيق أهداف محددة، وتتعلق هذه الممارسة بالطابع الخاص الذي يضيفه الفرد أو الجماعة على الوسائل أو الأدوات...»[41]

عندما نتحدث عن مفهومي الاستعمال أو الاستخدام في دراسات علوم الإعلام والاتصال يحيلنا الأمر مباشرة إلى مقترب «**الاستخدامات والاشباعات**» ومن خلال اطلاعنا على مجموعة من الدراسات، نجد اتجاه بعضها إلى تسمية المقاربة بـ«**الاستعمالات والاشباعات**» بدلا من «**الاستخدامات والاشباعات**» وهذا لمطابقتهم

مفهوم الاستعمال بمفهوم الاستخدام، لكن **الاستخدام** يشير إلى «نشاط اجتماعي يتم ملاحظته بسبب تواتره ويتمثل استخدام شيء ما والاستفادة منه لغاية محددة أو تطبيقية لتلبية حاجة ما، وفي دراسات الاستخدام يحيل إلى ممارسة كما يحيل إلى تصرفات أو عادات أو اتجاهات».(42)

ـ بين التصورات والتمثلات:

إذ نجد أن هناك اختلافا في استخدام المصطلح الواحد بين المشارقة والمغاربة ولكن التعريف والمفهوم واحد فتعرف **التمثلات** على أنها: «يشير التمثل في علم النفس إلى الإدراك أي تلك الصورة الذهنية حيث محتواها يتعلق بموضوع أو مشهد من العالم الذي يعيش فيه الفرد، إن التمثل يعني إذن فعل جعل شيئا ما محسوسا بواسطة شكل أو رمز أو علامة أو إشارة».(43)

أما **التصورات** فتعرف على أنها: «الرموز التي لها قيمة فكرية مشتركة ومعنى عاطفي لدى جميع أعضاء الجماعة وتعكس التصورات الجماعية تاريخ الجماعة أي تجاربها من خلال الزمن».(44)

خاتمة:

في ظل هذه الاختلافات والتباينات بين مجموعة المصطلحات التي طرحت في مجال الإعلام والاتصال والحقول المجاورة نجد الباحث العربي في حيرة من أمره بين ما يوظف وما يختار، ومع ظهور حقل جديد للدراسات الخصبة ألا وهو حقل الإعلام الجديد، بدأت تظهر مجموعة مصطلحات أخرى جديدة تختلف وتتعقد أكثر عند ترجمتها أو تعريبها مع الحفاظ في بعض الأحيان على عجمة تركيبها كالتفريق بين ما هو رقمي وإلكتروني (إعلام رقمي، إعلام إلكتروني)، وما هوافتراضي ورقمي (الجامعة الافتراضية، الجامعة الرقمية)، وبين الشات والدردشة والمحادثة، وبين الكثير من المصطلحات التي أنتجت حسب إنتاج التكنولوجيات الحديثة في علوم الإعلام والاتصال وجب إذن الالتفات إلى هذا وتحديدها تحديدا دقيقا وواضحا حتى يتاح استعمالها استعمالا واحدا في جميع الأبحاث العلمية على مستوى الوطن العربي.

الهوامش والمراجع:

(1)حسن لحساسنة، دور الترجمة في تطوير البحث العلمي في الاقتصاد الإسلامي ومساهمتها في تقارب وجهات النظر وتحديد وتصحيح مسار مستقبل دراسات الاقتصاد الإسلامي العالمي، ص429،http://www.kantakji.com/fiqh/Files/Research/op23.pdf،شوهد يوم:10/11/2012، سا:18:35.

(2)محمد زكي خضر، اللغة العربية والترجمة الآلية (المشاكل والحلول)، مؤتمر التعريب الحادي عشر، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الجامعة الأردنية، عمان، 12_16/10/2008، ص2.

(3)عبد الله عبد الرزاق إبراهيم، الترجمة (المبادئ والتطبيقات)، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2006، ط2، ص7.

(4)فيصل حسين غوادرة، دور الترجمة بين الذات والآخر، http://scholar.najah.edu/sites/scholar.najah.edu/files/conference-paper/summary-research-role-translation-between-self-and-other.pdf، شوهد يوم:15/11/2012سا:17:21.

(5)شحادة الخوري، مرجع سابق ذكره ص191.

(6)أحمد عثمان، الترجمة في التقاليد العربية، الجوبة، العدد33، خريف 1432هـ، ص10.

(7)شحادة الخوري، مرجع سابق ذكره ص197.

(8)فيصل حسين غوادرة، مرجع سابق ذكره، ص173

(9)ملاك الخالدي، الترجمة الوسيط التاريخي الأبرز في عملية المثاقفة، الجوبة، العدد33، خريف 1432ه، ص 24.

(10)حسن لحساسنة، مرجع سابق ذكره، ص430.

(11)بسمة أحمد صدقي الديجاني، دور الترجمة في حوار الحضارات (تجارب رائدة تركت أثرا بارزا في المجتمع المتلقي)، http://scholar.najah.edu/sites/scholar.najah.edu/files/conference-paper/role-translation-dialogue-civilization-pioneering-experiences-remarkable-influences-recipient-societ.pdf، شوهد يوم:15/11/2012، سا:15:25، ص141.

(12) المرجع نفسه، ص17.

(13) شحادة الخوري، مرجع سابق ذكره، ص43.

(14) عبد المجيد شكري، فن الترجمة الإعلامية في وسائل الاتصال الجماهيري، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2004، ص31.

(15) أحمد إبراهيم وآخرون، **التأويل والترجمة (مقاربات لآليات الفهم والتفسير)**، منشورات الاختلاف، الجزائر، ط1، 2009، ص27.

(16)حسن حنفي، مرجع سابق ذكره، ص50.

(17)ماجد سليمان دوديني، دليل المترجم الصحفي والإعلامي (الترجمة الصحفية والمصطلحات الإعلامية)، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009، ص139.

(18) الترجمة عند العرب (تاريخها ومشاكلها وأنواعها)، جريدة السبيل، تموز 2011، http://www.assabeel.net/%D8%A7%D9%88%D8%B1%D8%B1%48311/D9%82%-D8%AA%D9%84%D8%A7%D8% %D8%AC%D8%A9%D8%85%D9%-D8%AF%D9%86%D8%B9%D8%-% D8%A8%D8%B1%D8%B9%D9%84%D9%A7%D8%-D8%AA%D8%AA%D9%8A%D8%B1%D8%A7%D8%AE%D8%A7%D9%87%-D9%87%D8%D9%84%D9%83%D9%A7%D8%B4%D8%85%D9%88%D9%A7-8%D9%B9%D8%A7%D8%88%D9%86%D9%A3%D8%88%D9%A7%D8%87%D9%.html : نظر يوم:02/02/2013، سا:15:37.

(19)محمد أحمد طجو، الترجمة: أنواع.. نظريات.. صعوبات،

http://www.aleflam.net/index.php?option=com-content&view=article&id=587:20 11-04-02-17-08-43&catid=39:2010-01-06-18-09-05&Itemid=70: نظر يوم، 03/02/2013، سا:15:33.

(20) الموقع نفسه.

(21) حسن السبع، **بعض مأزق الترجمة**، الجوبة، العدد33، خريف 1432ه، ص42.

(22) أحمد موقت، علم اللغة والترجمة (مشكلات دلالية في الترجمة من العربية إلى الانجليزية)، دار القلم العربي، حلب، 1997، ص145.

(23) المرجع نفسه، ص146.

(24) المرجع نفسه، ص147.

(25) ماجد سليمان دوديني، مرجع سابق ذكره، ص143.

(26) المرجع نفسه، ص146.

(27) أحمد موقت، مرجع سابق ذكره، ص148.

(28) المرجع نفسه، ص149.

(29) http://:hosameldin.org/magazine/index.php/-186/57-51-12-03-04-2012
2012-04-18-23-14-35vu le: 10/11/2012، 18:30h.

(30) الموقع نفسه.

(31) محمد أحمد طجو، الموقع نفسه.

(32) عبد السلام المسدي، مصطلحاتنا بين المشرق والمغرب، http://:www.alriyadh.com/07/04/2005/article54342.html شوهد يوم: 19/01/2013، سا:22:43.

(33) معمر ربوح، اتجاهات المستهلك الجزائري نحوالإعلان، قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2008/2009، ص95.

(34) أحمد بوخاري، دلالات المكان في الومضات الاشهارية التلفزيونية، الجزائر، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2008/2009، ص24.

(35) السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، الجزائر، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2005/2006، ص29.

(36) علي قسايسية، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006/2007، ص42.

(37) فاروق أبوزيد، فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب، القاهرة، 1990، ط4، ص135.

(38) نصر الدين العياضي، اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ط2، ص63.

(39) نصر الدين لعياضي، مرجع سابق ذكره، ص130.

(40) السعيد بومعيزة، مرجع سابق ذكره، ص30.

(41) صفاح أمال فاطمة الزهراء، استخدام الهاتف النقال لدى الطالب الجامعي، مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة مستغانم، 2099/2010، ص21.

(42) عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة التلميذ المعلم وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، دامعة الجزائر، 2006/2007، ص49.

(43) عبد الوهاب بوخنوفة، مرجع سابق ذكره، ص42

(44) أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام (انجليزي - عربي)، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1991، ط1، ص42.

تحليل المحتوى في بحوث الاتصال والإعلام

د أنتصار رسمي موسى
كلية الفنون الجميلة/ جامعة بغداد

تمهيد

تعد دراسات تحليل المحتوى content analysis مدخلاً مهماً لبحوث الاتصال ويسمح تحليل المحتوى بتحليل البيانات لاستنتاج نوايا المصدر وأحيانا أخرى لاستنتاج التاثير الذي قد يؤدي إليه. ويعرف تحليل المحتوى:- بأنه مجموعة الإجراءات والخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى والعلاقات الارتباطية بينها وبين المعاني باستخدام أساليب البحث الكمي الموضوعي والمنظم والممنهج للسمات الظاهرة للمحتوى.

يعود استخدام الإجراءات المنهجية لتحليل المحتوى إلى بدايات القرن العشرين واستخدمه علماء السياسة والاجتماع في ثلاثينيات القرن العشرين واقترن التطبيق بفكرة تقسيم الرموز اللفظية لمحتوى الصحف ووصف المحتوى من خلال العدد والتكرار أو على أساس المساحات التي تحتلها فكرة معينة على الصفحات على أساس تكرار الرموز اللفظية وقد تطورت تطبيقات تحليل المحتوى وأصبحت خطوات منهجية تميزه عن المناهج الأخرى وقد عده البعض أنه منهج من مناهج البحث العلمي.

إن الخطوات المنهجية هي التي أعطت لتحليل المضمون الصفة الكمية في مقابل التحليل النوعي ويمكن أن نميز اتجاهين في تحليل المحتوى هما:-

1 - الاتجاه الوصفي في تحليل المحتوى:

ويركز أصحاب هذا الاتجاه على هدف وصف المحتوى فقط ويتم التعامل مع وحدات

المحتوى الظاهر فقط دون الوصول إلى المعاني الكامنة للوحدات وعلاقاتها ومن الرواد الذين استخدموا هذا الاتجاه هارولد لاسويل الذي اسخدم تحليل المحتوى في الكشف عن الرموز الدعائية خلال فترة مابين الحربين العالميتين وكذلك كابلان وجانيس وغيرهم من الذين عاصروا فترة النشأة وما بعدها.

ومن الثقاة الذين عرفوا تحليل المحتوى بيرلسون فقد عرفه بأنه: أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر للاتصال

2 - الاتجاه الاستدلالي في تحليل المحتوى:

ينحى هذا الاتجاه إلى الكشف عن المعاني الكامنة وقراءة ما بين السطور والاستدلال عن الأبعاد المختلفة لعملية الاتصال وقد تبنى هذا الاتجاه منذ نهاية الستينات هولستي وكارني وستون وغيرهم حيث يرون أن تحليل المحتوى يساعد في الاجابة عن الاسئلة ولكنه تفاعل متدفق حيث انه في العملية الاتصالية لا يمكن عزل الرسالة عن شخصية المتلقي وحالتة كما أنه لا يمكن عزلها عن خصائص المحرر أو المصادر واتجاهاته وأفكاره وارتباط ذلك كله بالأهداف والسياسات وتأثيرات القوى أو النظم في المجتمع لذلك يركز باحثون وخبراء على توظيف الاجراءات المنهجية في الكشف عن ردود الأفعال والانتقال إلى دراسة الأثر وهو ما كان يرفضه الخبراء في المراحل المبكرة من خلال التحليل الشرطي الذي يركز على العلاقات البنائية بين أجزاء المحتوى حيث يعتبر ترتيب الأقوال والأحداث أساس اهتمام الباحث للخروج بدلالات أو تنبؤات خاصة بالنتائج وفي هذا يختلف عن التحليل الجدولي في أن الوحدات في التحليل الشرطي يجب ترتيبها أولا في إطار علاقة بنائية مثل الترتيب الزمني أو اتجاهات التفاعل ويتم بعد ذلك التحليل للخروج بنتائج صادقة عن حركة الأحداث والأشخاص واتجاهاتها.

تتبنى المدرسة النقدية في الإعلام والاتصال في أوروبا والولايات المتحدة الاهتمام بالأفكار باعتبارها صياغة عقلية في صياغتها للمحتوى وخصائصه الفكرية والثقافية وعلاقاتها بالمجتمع وتتفاعل مع الأفكار كبناء وطريقة لترميز الحقائق والموضوعات لهذا فإنها تتعامل مع الرموز اللغوية من هذا المنطلق وليس كونها مجرد كلمات بالتالي فإن هذه الكلمات في وسائل الإعلام هي عبارة عن رموز وصياغة للافكار ويفسرها

المتلقي وفقا للاطار المرجعي وبالتالي يظل المتلقي في دائرة الرموز المنهجية وأحيانا يسمي ما وراء الترميز ومن خلال المدرسة النقدية ونظرياتها فقد نشطت عملية الاستدلال من خلال تحليل المحتوى والنصوص والكشف عن الافكار والقيم السائدة في المجتمعات والنظم السياسية المختلفة وهذا الأسلوب يدعم التحليل النوعي لا الكمي ولكنها تستخدم آليات صياغة الرموز التي يمكن الكشف عنها من خلال تحليل المحتوى والنصوص الأدبية وتعتمد على التحليل لتأكيد الأفكار التي تربط بين عناصر الرسالة في إطار المرجعيات الثقافية والاجتماعية للمجتمع.

لقد تعددت الوظائف والاستخدامات في تحليل المحتوى وأصبح التعامل مع محتوى الإعلام ليس تعاملا ظاهريا بل ناتجا عن علاقات مترابطة ومعقدة بين عناصر عديدة، ويمكن الكشف عنها من خلال الاستدلال والكشف عن المعاني الكامنة حيث يمكن الاستنباط والاستدلال لمعرفة طبيعة النظم والسياسات في الدول والمجتمعات المختلفة من خلال الكشف عن المعاني الخفية للرسائل الاتصالية وترميزها؛ ويحتاج هذا المنهج العديد من الشروط والمتطلبات والموضوعية والصفة الكمية والأسلوب الاستدلالي في تحليل المضمون يسعى للكشف عن المعاني الكامنة مابين السطور للخروج باستدلالات حول العلاقات المتعددة للمحتوى الإعلامي وبالتالي يساعد في معرفة اتجاهات الآخر ويدعم رسم السياسات للمجتمعات المختلفة على قاعدة (رجع الصدى)

لذلك ومن خلال السياقات السابقة نرى أن تحليل المحتوى يتوفر على جانبين أو مستويين مترابطين للوصول إلى النتائج السليمة هما : الجانب الوصفي أولاً في تحليل المحتوى والبحث في المحتوى الظاهر (الرسالة الاتصالية) تحقيقا وطلبا للموضوعية ثم تاتي مرحلة البحث الاستدلالي واكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى من خلال التفسيرات المرتبطة ببناء العلاقات والنظم السلوكية والاتصالية ونظرياتها كما تقرر ذلك النماذج الاتصالية وتقر بوجود علاقة ارتباطية وتأثيرات متبادلة وفق السياقات الاجتماعية والمرجعية للمجتمعات المختلفة، كما تعد الصفة الكمية إحدى المحددات المهمة لتحليل المحتوى للتمييز بينها وبين التحليل الكيفي الذي يقوم على قراءة وتسجيل الانطباعات الشخصية للباحث ولكن هناك رواد المدرسة النقدية الذين يرفضون التعامل مع الأرقام والتحديد الكمي عند قراءة النصوص والمحتوى الإعلامي والاتصالي

للرسائل بحجة انها دراسات تفتقر للإطار النظري الواعي للمشكلات الاجتماعية وعلاقاتها وآثارها ومرجعياتها وأن الدراسات الكمية هي تخدم السوق أكثر مما تساعد على كشف المشكلات والتنبؤ بأسبابها وتقديم الحلول لها.

مما تقدم نرى ضرورة أن تعتمد دراسات تحليل المحتوى على الجانبين لتحديد المشكلات وتقديم الحلول كما ذهبنا إلى ذلك سابقا وهو الجانب الوصفي للظاهرة والوقوف على اتجاهاتها وأسبابها باعتبارها خطوة مهمة وتمهيدية للتحليل الكمي كما أن التحليل الوصفي يساهم في إثراء عملية التفسير والاستدلال للوصول إلى نتائج البحث السليمة وتفسيراتها.

لذلك نرى أهمية التحليل الكيفي (المصاحب) للتسجيل والتحليل الكمي لتكرار الملاحظة أو الأحداث في المحتوى الاتصالي حيث يعتمد التحليل الكيفي على الاستقراء والرصد لتفسير وتحليل هياكل معينة وإعادة بناء وهيكلة جديدة من العلاقات على ضوء الدراسة والتحليل للوصول إلى مفاهيم جديدة أكثر تطورا وملائمة لروح العصر والعلاقات الاجتماعية والثقافية والدولية وتوجيه حركة الإعلام والاتصال وفقا لذلك، كما ويعتمد التحليل الاستدلالي على قراءة تكرارات النشر في وسائل الإعلام والاتصال وهذا يكشف توجه النظرية الثقافية والاجتماعية والفكرية وتوجه الوسيلة الإعلامية في المجتمع وهناك استخدامات في تحليل المحتوى في مجالات عديدة نستطيع من خلالها تحديد الخصائص والسمات للمجتمعات والشعوب أو مراحل معينة من حياة الشعوب وتكشف المحددات الثقافية والاجتماعية لها كمعرفة مثلا خصائص مجتمع ما وغيرها أي بمعنى آخر معرفة خصائص المتلقين والانماط الثقافية فيها.

ويمكن تحديد أهم الاستخدامات في تحليل المحتوى وهي :

- دراسة محتوى الاتصال والإعلام يعد أحد مداخل تحليل النظم في المجتمعات سواء كانت النظم سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية.
- تعرف السياسات المستترة والتي لا تتضح بالممارسات الإعلامية مثل ضبط المعلومات والممارسات الدعائية وغيرها.
- تحليل الادوار التي تقوم بها القوى السياسية والاقتصادية والاجتماعية والكشف عن اتجاهات الهيمنة.

- الكشف عن خصائص القائم بالاتصال أو المصدر في وسائل الاتصال والإعلام حيث ان المحتوى يعكس اتجاهات وأفكار المصدر والعوامل المؤثرة في بناء هذه الاتجاهات والمعتقدات.

- إن تحليل المحتوى يعكس خصائص المتلقين وخصائص المجتمع والأنماط الثقافية والاجتماعية السائدة فيه.

- إن تحليل محتوى الإعلام والاتصال يساهم في تشكيل القيم والميول والاتجاهات لجمهور المتلقي من خلال التحليل.

3 - الخطوات المنهجية لتحليل المحتوى:

يعتمد تحليل المحتوى على عدد من الخطوات المنهجية بعضها ينتمي إلى خطوات المنهج العلمي الأساسية والبعض الأخر تميزه عن غيره من المناهج، وتبدأ الخطوة المنهجية الأولى بتحديد المشكلة شأنه شأن المناهج العلمية الأخرى ثم صياغة الفروض العلمية أو طرح التساؤلات وتحديد نظام العينات ثم القيام بعملية التحليل وهناك خطوات مهمة تتلخص بالاتي :

- تحديد وحدات التصنيف ووحدات التحليل ووحدات العد والقياس أي يتم صياغة مشروع الترميز.
- استخدام الأساليب الإحصائية أو الرياضية للعد والقياس وتحديد القيم والأوزان الخاصة بالوحدات.
- تصميم استمارة التحليل وجدولة الفئات والوحدات وعقد المقارنات التحليلية.

فأما بالنسبة لترميز بيانات التحليل فهي مجموعة الخطوات التي يتم من خلالها تحويل الرموز اللغوية في المحتوى المنشور إلى رموز كمية قابلة للعد والقياس وهذه الخطوة المنهجية هي التي تميز منهج تحليل المحتوى عن غيره من مناهج البحث العلمي.

وتشمل عملية ترميز البيانات مراحل هي :-

أولا - تصنيف المحتوى إلى فئات (حسب أهداف الدراسة) بحيث يمكن عدها وقياسها:

وفي هذه المرحلة يتم تقسيم المحتوى في عينة الدراسة إلى أجزاء ذات خصائص وسمات بناءً على معايير التصنيف يتم صياغتها، وهذه الأجزاء يطلق عليها فئات catégories وتعتمد معايير التصنيف classification التي يتم تقسيم المحتوى إلى فئات تعتمد على طبيعة المشكلة البحثية وفرضيات الدراسة أو اتجاه التساؤلات.

ويمكن تقسيم الفئات من حيث اتجاهاتها إلى :

1. مجموعة الفئات التي تصنف المعاني والأفكار التي تظهر في المحتوى وهي الفئات التي تهتم بالإجابة عن السؤال (ماذا قيل) ومن فئات هذه المجموعة هي :

1.1. فئة (الموضوع): وتستهدف الإجابة عما يدور في محتوى العرض أو وسائل الإعلام وتقسم الموضوعات حسب أنواعها. وهنا تعتبر الفئات هي نفسها وحدات التحليل التي يتم عليها العد والقياس إما من خلال التكرار أو تقدير القيمة.

1.2. فئة (الاتجاه):- وهي من أكثر الفئات شيوعا وتعكس صفة الاتجاه إلى المحددات المختلفة مثل مؤيد، معارض، إيجابي، سلبي.

1.3. فئة (المعايير): ويتم على أساسها التصنيف وفقا لدرجات الولاء أو سمات المجتمع أو تكرار الألفاظ والعبارات.

1.4. فئة (القيم السائدة):- من الفئات الشائع استخدامها هي فئة القيم السائدة لدى المجتمعات والأفراد.

1.5. فئة (السمات) أو الخصائص لوصف المجتمعات والأفراد.

2. الفئات التي تصف كيفية أو أسلوب تقديم أو عرض المحتوى وتهتم بإجابة السؤال (كيف قيل).

من التقسيمات للفئات الشائع استخدامها هي الفئات التي يتم من خلالها وصف أسلوب العرض أو النشر. ومنها فئة شكل النشر وعلى أساسها يتم التقسيم إلى فنون الكتابة الإعلامية أو فنون العرض ومن فئات الشكل أو الأسلوب فئة الانفعالية التي تشير إلى العبارات الدالة على التوكيد أو التفضيل أو الرفض.

ثانيا- تحديد وحدات التحليل:

وهي الوحدات التي يتم عليها العد أو القياس وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى ويبدأ بالفكرة ثم يتم اختيار الوحدات اللغوية للتعبير عن الفكرة وصياغتها، وهناك وحدات تسمى وحدات السياق وهي وحدات لغوية داخل المحتوى فإذا كانت الكلمة وحدة تسجيل فإن الجملة تصبح وحدة السياق وكذلك تعتبر الفقرة وحدات السياق للجملة في تحليل المحتوى.

ثالثا- تصميم استمارة التحليل:

يقوم الباحث بتصميم الهيكل العام لاستمارة التحليل وفقا للاتي :

- البيانات الأولية.
- فئات التحليل.
- وحدات التحليل: وهي نفسها وحدات العد في حالة استخدام التكرار كوسيلة للرصد والتسجيل.
- وحدات القياس :- في حالة عدم الاعتماد على التكرار كوسيلة للعد والقياس مثل قياس المساحة أو الزمن.
- ملاحظات يسجلها الباحث حول البيانات الكيفية التي لا تسمح تقسيم الاستمارة بتسجيلها تسجيلا كميا.

المراجع:

1. ربحي عليان، مناهج وأساليب البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان : 2000م.
2. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الاتصال، دار الشروق، جدة 1994.
3. محمد عبد الحميد، حدود الاتفاق بين نتائج تحليل محتوى النصوص والصور الصحفية، كلية الإعلام – جامعة القاهرة العدد 4، 1991.
4. Hall, S., Culture Media, Language Hutchiso, London 1982.

في فجوة التنظير الإعلامي العربي

الواقع، الرهانات وضرورة التجديد

أ.حفصة كويبي

جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم /الجزائر

تمهيد

ما يميز علوم الإعلام والاتصال منذ نشأتها إلى يومنا هذا هو تعدد الرؤى النظرية وتباين أسبابها وتداعياتها لدى الدارسين والباحثين والممارسين الإعلاميين وجمهور المتلقين، في هذا الميدان المتشعب، وهذا ما يمكن الاصطلاح عليه بـ «فجوة العقل الإعلامي »، وتتجلى هذه الفجوة في ثلاثة مجالات رئيسية:[2]

أولاً- تعددية الرؤى الفلسفية والنظرية في هذا الحقل المعرفي المهم.

ثانيًا- تنوع الممارسات المهنية في وسائل الإعلام المقروء والمرئي والمسموع.

ثالثًا- طبيعة الجمهور المتلقي، والتي تزخر بكثير من التباينات الاقتصادية والثقافية والديموغرافية، علاوة على تعدد مستويات الوعي السياسي والاجتماعي.

وما يهمنا في هذه الورقة هو العنصر الأول، فما يميز الساحة الإعلامية الغربية هو تعدد الرؤى النظرية والتيارات المنهجية التي تناولت الظاهرة الإعلامية والاتصالية بالدراسة والتحليل والتفسير في طريق البحث عن نظرية شاملة تفسر هذا النوع من الظواهر الشديدة التعقيد والتداخل بين مختلف الظواهر الأخرى التقنية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية وغيرها من الأسباب الكثيرة شكلت نتيجة واحدة هي « أزمة الإعلام والاتصال» كحقل معرفي مستقل بذاته.

وإن كانت هذه وضعية الساحة الغربية المنقسمة بين الأوروبية والأمريكية فإن الساحة العربية ليست بأفضل حال منها، فهي الأخرى تشكو فقراً موضوعيا وعجزا منهجيا، في الوقت الذي تتأكد فيه حتمية الأدوار التي أصبحت تلعبها وسائل الإعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة، وتتأكد فيه حتمية التجديدو التأصيل المعرفي، غير أنه «لا يمكن الحديث عن هذا التأصيل « دون التعرض لبعض القضايا ذات الصلة بجوهر هذا العلم ووقائعه، وهذه القضايا تمثل في حقيقتها الملامح المميزة لعلم الاتصال نفسه، كما أنها تشكل العوامل الكابحة لعجلة الاجتهاد وفي حركة التأصيل لهذا العلم» [3]

وتتركز إشكالية الدراسة في الأسئلة التالية :

- ✓ ما هي الأسباب التي شكلت الأزمة الغربية في الإعلام والاتصال؟
- ✓ ما هي وضعية هذا الحقل المعرفي في الوطن العربي وفي الجزائر ؟
- ✓ كيف يمكن التميز في الدراسات الإعلامية والاتصالية في المنطقة العربية؟

1 ـ مظاهر أزمة الإعلام والاتصال:

إشكالية التسمية/المصطلح: «علوم الإعلام والاتصال Sciences de l'information et de la communication» هي عبارة فرنسية للتدليل على مجموعة البحوث والدراسات في الإعلام والاتصال، التي تدرج مواد تدريسها والبحث فيها اختصاصات شتى في حقل ما يسمى بعلوم الإعلام والاتصال (كسيسيولوجيا، وأنثروبولوجيا، قانون واقتصاد، الخ...)، أما حسب التعبير الأنجلوسكسوني فنجد تعبير «الدراسات الإعلامية أو media studies».

كما تميل الكثير من المؤسسات الأكاديمية خاصة الانجلوساكسونية إلى التمييز بين الدراسات الاتصالية والدراسات الإعلامية، أما في الفضاء الفرنكفوني فعلى الرغم من تأثر الفرنسيين بالعقلانية الديكارتية والوضعية الكونتية، والذي كان من المفترض أن يدفع بهم إلى إنتاج تنظيم أكاديمي يفصل بين الدراسات الاتصالية والدراسات الإعلامية كما حصل ذلك في تمييزهم بين العلوم الدقيقة والعلوم الاجتماعية والإنسانية، فقد تم مزج الحقلين تحت مسمى علوم الإعلام والاتصال، مع ما صاحب ذلك من جدل أكاديمي ما زال قائما إلى اليوم فقد أشار «جون ميريا» «Jean Meyriat» عندما تم إنشاء لجنة

علوم الإعلام والاتصال في شهر فبراير 1975 إلى انه " تم تبني كلمة "إعلام" الأكثر تحديدا تضفي نوعا من الدقة على فكرة الاتصال التي تظل مبهمة ويسمح هذا التزاوج بخدمة مجموعات كبيرة من المتخصصين، ذوي الاهتمامات المختلفة، دون اتخاذ موقف نهائي حول ابستمولوجيا هذا الحقل[4].

2 ـ إشكالية البناء النظري في البحوث والدراسات الإعلامية والاتصالية:

فإذا كان مفهوم الاتصال يطرح إشكاليات كثيرة على الباحث فإن نظرية الاتصال ليست أقل إشكالية منه، فقد انتجت الكثير من التعارضات بين الباحثين في الحقل الاتصالي[5]

والنظرية من حيث التعريف، هي محاولة ذهنية لتفسير الظواهر الطبيعية والاجتماعية وتقديم الشروحات والتفسيرات لها، وتنظيم الملاحظات وعرضها بطريقة مناسبة... والنظرية تحتاج في حكمها على الأشياء إلى برهان ولها قضية مرتبطة بسلسلة من النتائج التي نتحقق من صحتها من خلال التطبيق، والتطبيق يفرز استجابات اجتماعية منسجمة أو متضاربة.[6]

وقد شكل الحضور الكبير لمختلف التخصصات في حقلي الإعلام والاتصال إشكالية شرعية هذه العلوم «القائمة بذاتها» وهو ما أدى إلى « البحث عن نماذج تضفي عليه الطابع العلمي، حيث تبنى رؤى علوم الطبيعة، وقام بتكييفها مع خصوصيته الأكاديمية [7]»

وبالرغم من التحول التدريجي الذي تشهده اليوم والمتمثل في اعتماد مجال الوساطة كمعلم بحثي دينامي مكيف لتأسيس المعرفة بدرجة أولى فإن الدراسات الإعلامية غالبا ما تعود إلى الانسجام مع المنظور اللاسوالي المغال للدور الفعال الذي تلعبه الوسائل الوسيطة الناقلة للمضامين لتجعل منه منطلقا للكشف عن طبيعة العلاقة بين الباث والمستقبل، ويتجلى ذلك من خلال المرتبة التي تحتلها التقنيات الحديثة باعتبار كونها مصدرا يلهم الأساليب الجديدة في إنتاج المضامين الثقافية[8].

ويرجع هذا الغياب إلى استناد البحث العلمي على الأبعاد المعيارية فقط، واتجاهه إلى القياس وفقا لمعطيات الواقع الآني الذي يجري فيه القياس، الأمر الذي سبب هشاشة في البناء النظري لعلم الاتصال. (كما سنرى لاحقا).

«ولما كان الاتصال ينتمي إلى مجموعة العلوم الإنسانية، فإن نظرياته كما هو معرف ليست بالحدة أو الصرامة الموجودة في نظريات العلوم البحتة أو الطبيعية شأنه شأن العلوم الإنسانية عموما، وعلى الرغم من كثرة الأبحاث الخاصة بعملية الاتصال، فإن هذه الأبحاث - فشلت بصورة أو بأخرى -في بناء النظريات إلى تنظم الجهود البحثية وتحدد الطريق إلى الجهود البحثية المستقبلية، بل هناك اتفاق بين الباحثين على أن المشكلة الرئيسة في مجال الاتصال الجماهيري تتمثل في نقص النظريات الجيدة"[9].

يؤكد «جريك» أن الاتجاهات الجديدة في مجال نظرية الإعلام والاتصال توحي بتناقض ظاهر، ويشرح ذلك بقوله : «انه على الرغم من ان علم الإعلام والاتصال تطور وبلغ مرحلة تقرب من النضج، وان الباحثين فيه أسهموا في بناء ملامح نظريات جديدة في السنوات المتأخرة، فإن ثمة تزايدا ملحوظا في الغموض الذي يكتنف دراسات هؤلاء الباحثين يتمثل في التناقض في الآراء والجدل الظاهر فيما يتعلق بالبناء المعرفي المناسب للنظرية الإعلامية والاتصالية.[10]

ان هذا الحقل الأكاديمي لا يزال «قلقا»- بتعبير المتخصصين فيه ويحتاج الأن أكثر من أي وقت مضى إلى «إعادة التفكير». وهذا ما حدا بالباحث جريك إلى طرح تساؤلات لا تزال معلقة وتبحث عن إجابة لها من قبل المتخصصين مثل:[11]

- ما الذي ينبغي ان تكون عليه النظرية الإعلامية والاتصالية؟
- لماذا كانت الحاجة إلى بناء نظرية في الإعلام والاتصال؟
- ما الحدود النظرية لمثل هذه النظرية؟
- ما الكيفية التي ينبغي أن تكون عليها بحوث الإعلام والاتصال؟
- كيف نربط مثل هذه البحوث بتطور النظرية في الإعلام والاتصال؟»

إن كل هذه التساؤلات على حد تعبير جريك، لا بد أن يأخذها المتخصصون في حقل الإعلام والاتصال بعين الاعتبار.

وذكر الباحثون خمسة من الاسئلة التي تشكل اليوم محور النقاش بينهم، ويحاولون الإجابة عنها، وهي:[12]

1 - هل يمكن التحدث عن «نظرية عامة للإعلام والاتصال»؟

2 - هل التفريق ما بين الإعلام والاتصال ما زال قائما؟

3 ـ هل أصبح "مجتمع الإعلام" أو " مجتمع الاتصال" أفق حياتنا اليومية ؟
4 ـ هل تنتمي الظواهر الإعلامية والاتصالية إلى مجموعة من الحقول أو يجب معالجتها في مجال وسيط؟
5 ـ هل يولد تقدم المعلوماتية والعلوم المعرفية تغيرات أفقية في مجال الإعلام والاتصال؟

لقد وصلت الدراسات والبحوث الغربية في مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية ومنها علوم الإعلام والاتصال إلى أزمات " ظهرت من خلال تشعب نظريات الغرب وتفسيراته المتعددة للظواهر الاجتماعية والنفسية وتذبذب هذه الرؤية وقصورها في تقديم تفسيرات دائمة وكلية[13]".

كما ان « انفتاح أبحاث علوم الإعلام والاتصال على نفسها، دون تحديد زاوية لرؤية واضحة المرجعية والأهداف والوسائل، جعلها تعيش أزمة فعلية نتيجة التطور المذهل في الوسيلة واستخداماتها ـ في غياب التنظير المسبق من جهة، ولتصادم التصورات الغربية والحقيقة الكبرى من جهة أخرى، إذ حولت الفرد والمجتمع إلى مشروع منظم وموجه، وتحول واقع وممارسة الإعلاميين إلى مؤطر وموجه ومنظر، وتحول واقع وأثر الممارسة الإعلامية والاتصالية إلى مجال الدراسة وبحث الظاهرة الإعلامية، وغاب فيها التحديد الصحيح لمجال العلم والمعرفة[14]»

3 ـ في أسباب الأزمة:

يتميز الحقل الإعلامي والاتصال بمجموعة من المميزات التي هي ذاتها سببا في الإشكاليات والأزمات التي اعترضت وما زالت تعرض هذ الحقل العلمي وفي مقدمتها:

حداثة نشأة علم الاتصال مقارنة بالعلوم الاجتماعية: فلم يَرَ هذا العلم النور إلا في مطلع القرن الماضي وبالتحديد في الربع الأول من القرن العشرين، في أعقاب الحرب العالمية الأولى، ـ وتاريخيا نجد أن الممارسة الإعلامية سبقت تأسيس علم الإعلام والاتصال وبدأ ميدان الإعلام يجد سبيله إلى المحيط الأكاديمي في أواخر القرن التاسع عشر بأمريكا، ويعتبر «روبرت لي» أول من اقترح تكوينا جامعيا يخص الإعلاميين وكان ذلك سنة 1869، عندما كان هذا الاخير رئيس جامعة واشنطن، وأخذ

العلم مكانته في إطار العلوم الاجتماعية إثر الحرب العالمية الأولى، ثم تأسس بشكل أساسي بعد الحرب العالمية الثانية، فالأن فإن عدد الجامعات التي تقدم تخصص الإعلام JOURNALISME ; Mass Media بأمريكا بالمئات [15].

التبدل المستمر في أساليب وأشكال الفعل الاتصالي: وذلك لاستناده على وسائل سريعة التغير والتطور، بحيث لا تكاد أن تستكمل الوسيلة دورة الزمان حتى تستبدلها وتحل محلها وسيلة أكثر قدرة، نتيجة للتطورات السريعة والمتلاحقة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، فهذه التطورات تمثل إشكالاً لدى الباحثين والدارسين والمتمثل في رهان المواكبة واللحاق بها، و «من أجل تفعيل حركة للتنظير قادرة على تفسير الفعل في ظل هذا التغير الدائم، ومن ثم فإن الفكر الاتصالي يظل يلهث وراء حركة الاختراع التي أصبحت في حالتها الأخيرة تولد من الوسيلة وسيلة جديدة» وقد شكل هذا الواقع للفكر الاتصالي معضلة حقيقة، صعبت فيها واستحالت مواكبة الفكر للفعل، وهذه المعضلة عينها هي التي تجعل أمر التأصيل أكثر صعوبة[16]»

وقد جمع - بيرجر Berger أسباب أزمة علوم الإعلام والاتصال في ثلاث محاور هي:

- المحور التاريخي: إن جذور هذا العلم ترجع إلى الأدبيات النظرية للعلوم الأخرى ذات العلاقة بعلم الإعلام والاتصال، الذي كان بمثابة « جسر أكاديمي « إلى العلوم الأخرى بدليل أن كل الباحثين الذين أسهموا في إعداد الكتاب المشهور علم الاتصال الإنساني» الذي حرره «ولبر شرام» وعددهم أحد عشر باحثا- لم يكن منهم من هو متخصص في الإعلام والاتصال أو في بحوث الاتصال، وإنما باحثون في علوم أخرى كالعلوم السياسية، وعلم النفس، وعلم الاجتماع.

وقد شهدت بحوث الإعلام والاتصال في النصف الثاني من القرن العشرين تطورات ملحوظة نظرا لعدة عوامل في مقدمتها :

- التطورات الحاصلة في وسائل الإعلام وانتشارها السريع في جميع أرجاء العالم.
- التطورات الحاصلة في مهنة الصحافة وحاجة المجتمع لوسائل الإعلام نظرا للوظائف التي أصبحت تقوم بها: الأخبار، التعليم، الترفيه، التنشئة الاجتماعية.
- هذا بالإضافة إلى التطورات الحاصلة في العلوم الإنسانية والاجتماعية بصفة

عامة نظرا لارتباط حقل الإعلام والاتصال بمختلف العلوم المجاورة وفي مقدمتها الاجتماع والسياسة والنفس.

- زيادة الجامعات والمدارس والمعاهد التي تدرس الإعلام والاتصال.

فكل هذه العوامل المتداخلة فيما بينها أدت إلى تطوير بحوث ودراسات الإعلام والاتصال، والملاحظ أن هذا الحقل تطور وفق شروط وظروف اقتضتها الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والمعرفية التي كانت تحيط بالباحث، ولهذا نلاحظ تركز هذه البحوث والدراسات على مواضيع دون غيرها، كما هو مبين في كرونولوجيا التطور كالاتي :

- البدايات الأولى: تميزت أبحاث الاتصال في بداياتها بالتركيز على الدراسات الوصفية التاريخية للطباعة والنشر والصحف والدوريات مع التركيز على بعض تراجم المحررين والناشرين وخاصة في الفترة 1800 - 1930.

- أما الفترة الثانية : فقد سادت تقريبا في الفترة ما بين 1950-1930، فقد تميزت بتنوع المواضيع والتأثير الواضح لعلم النفس وعلم الاجتماع والعلوم السياسية في أبحاث الإعلام والاتصال الجماهيري (الدراسات التاريخية التحليلية للمؤسسات الإعلامية، البحوث حول تأثير وسائل الاتصال الجماهيري، وتأثيرات القوى الاجتماعية فيها، بحوث التأثير والدعاية ومحتوى الرسالة الإعلامية، بحوث تأثير وسائل الاتصال الجماهيري في الاختيارات السياسية والسلوك الانتخابي، البحوث الإعلامية وتفاعل المستقبل معها.

وارتبطت مشكلات البحث العلمي في الإعلام والاتصال خلال النصف الأول من القرن العشرين بدراسة مستويات التأثيرات التي أحدثتها مؤسسات البث الكبرى في حركة التغير الاجتماعي ذلك ان وسائل الإعلام تملك من النفوذ ما يسمح بصناعة الآراء وتحديد التوجهات، وقد تراجع هذا التوجه في البحوث نسبيا ـ مع بداية الستينات ـ لينحصر التفكير في دراسة الجمهور من حيث إنه تركيبة مركبة معقدة يستوجب فحصها الإلمام بمضامين وسائل الإعلام، وبالعوامل الوسيطة الأخرى التي تسهم في تغيير السلوك، نتيجة التأثير الواضح بعلم النفس وعلم الاجتماع، ولئن أثرى هذا المنحى رصيد العلوم الإعلامية والاتصالية فإنه ساعد كثيرا على تطوير أساليب العمل والإنتاج

في الميادين الصحافية بالخصوص ومكن من تقليص الحوافز بين المجال المهني والمجال الأكاديمي، إذ ظلت الدراسات الامبريقية ترشد مؤسسات البث وتنير السبيل أمام السياسات الإعلامية والاتصالية وتزيل صورة الجدل العقيم بين " النظري" و" التطبيقي" وبين " الصحافة الموهبة " والمعرفة الدقيقة.

- المرحلة الثالثة : بالإضافة إلى ذلك، أسهمت دراسات الجمهور ودراسات مضامين وسائل الإعلام في تغذية حركة التنمية الشاملة لكونها مادة أساسية لمراكز التوثيق والبحث بقطاعات الإنتاج والبث، وقد بدأت هذه الفترة مع موجات الحركات التحررية في نهاية الخمسينات وبداية الستينات وشهدنا اهتماما جديدا في الدراسات الإعلامية، ركز على دور وسائل الإعلام في التنمية الوطنية.
- المرحلة الرابعة واهتمت الدراسات بتأثير الإعلام في الأطفال ودراسات القائم بالاتصال وكذلك دراسات وأبحاث عن المقروئية واستهلاك وسائل الإعلام المختلفة من قبل الجمهور.
- وحاليا تتجه البحوث نحو دراسات الجمهور وتمثلاتها وعلاقتها بالإعلام الجديد.
- هذا بالنسبة للبحوث والدراسات أما التكوين فإن "نظرة سريعة لطبيعة البرامج الدراسية التي كانت تدرس في مجال الإعلام والاتصال خلال الثلاثين سنة الماضية، تبين بوضوح أسباب القصور في عدم تطور نظريات الإعلام والاتصال، لتكون مثل غيرها من النظريات في العلوم الأخرى، لقد كانت الأقسام العلمية المتخصصة لطلاب المرحلة الجامعية، بل تجاوز الأمر ذلك إلى تدريس غير المتخصصين في الاتصال مثل هذه المهارات، ولا شك أن التركيز على مثل هذا النوع فقط جملة المجالات الأكاديمية المتعلقة بالاتصال ساعد في تكوين صورة نمطية سلبية لدى الأقسام العلمية الأخرى عن الأقسام الاتصالية، مؤداها أن المتخصصين في هذا الفن هم مدرسومهارات اتصالية وليسوا باحثين[17]

ـ المحور المنهجي: يقول بيرجر إن الملاحظ لبحوث الاتصال يدرك أن من كتب هذه البحوث هم مهرة في استخدام الطرق الحديثة لجمع البيانات والمعلومات وتحليلها، وأن الباحثين في مجال الإعلام والاتصال تلقوا تعليمهم في جامعات

مشهورة ومعروفة بقوة أقسامها العلمية في هذه المجال، وفي الفترة نفسها شهد حقل الإعلام والاتصال تطبيقات متعددة لهذه الطرق الإحصائية الجديدة التي تتعامل مع المعلومات المتعلقة ببحوث الدارسين فيه.... على الرغم من استخدام الباحثين في مجال الإعلام والاتصال للطرق الاحصائية في تحليل البيانات ومعالجتها فإن هذه الطرق لم تسهم في تأسيس إطار نظري يرقى إلى مستوى تمكن هؤلاء الباحثين واهتمامهم بتلك الأساليب الإحصائية الحديثة

- الخوف من المسؤولية: ويعني بيرجر بالخوف من المسؤولية إن بناء النظرية وتأسيسها يعد مغامرة علمية، فالباحث عند اقتراحه لنظريته يضعها على المحك والنقد والتقويم، واختبار فروضها وتطبيقاتها، وتدقيق نتائجها، وهناك احتمال كبير بأن نتائج اختبارات الغير لفروض النظرية التي توصلت إليها قد تكون سلبية، إي عدم قابلية تصديق ما توصلت اليه، هذه الاحتمالية – وبخاصة إذا نشرت النظرية في الكتب أو الدوريات العلمية، تمثل تهديدا لشخصية من اقترحها وانتقاصا من ذاته العلمية، وهذا ما يجعل معظم الباحثين يتخوفون من تبعات اقتراح نظريات جديدة في دراسات الإعلام والاتصال. وهو السبب نفسه في أن كثيرا من هؤلاء يسلكون الطريق السهلة، وهي اختبار فرضيات الآخرين دون محاولة اقتراح نظريات جديدة ليبتعدوا عن النقد الأكاديمي لذواتهم العلمية، ولذلك يقول بيرجر إن اختبار الفروض البحثية لنظريات قائمة أقل مخاطرة، من المنظور الأكاديمي، من تحمل تبعات اقتراح نظريات جديدة وهو سبب رئيسي في إحجام كثير من الباحثين في مجال الإعلام والاتصال عن محاولة توجيه جهودهم العلمية ودراستهم الأكاديمية نحو البناء والتأسيس لنظريات جديدة في الإعلام والاتصال. [18]

4 - علوم الإعلام والاتصال / الدراسات الإعلامية في الوطن العربي:

إن الاتصال كواحد من العلوم الوضعية ليس له إرث فكري إسلامي، كما هو الحال في العديد من العلوم الأخرى كالرياضيات والفلك والطب، فمعظم تلك العلوم لها قواعدها العلمية الاسلامية، إذ أسهم المسلمون الأوائل في بناء فكرها أولعبوا دوراً في تطوير

مناهجها وأدواتها. فالاتصال هوأحدث العلوم الاجتماعية السلوكية نشأة وأكثرها غربة عن الفكر الإسلامي، مقارنة مثلا بعلم الاجتماع الذي أسهم فيه ابن خلدون بشكل كبير وملفت أو علم النفس الذي أرسى قواعده ابن تيمية.

العالم العربي لم يقم إلا بإعادة الإنتاج، إنتاج نماذج الأخر - الغرب- وقراءة أوضاعه وخصائصها بعيون هذا الأخر ابتداء من المسميات وصولا إلى الشبكات المفهومية والرؤى التي يصدر عنها، سواء في الحقل الاتصالي الإعلامي أو غيره من الحقول، وقد أثرت هذه الوضعية كثيرا سواء من ناحية التنظير والبحث العلمي في هذا الحقل، وذلك لمجموعة من الأسباب.

أ- بين التأمل والتجريب

لقد تناول العديد من الباحثين والأكاديميين العرب مسائل ومشكلات حقل اختصاصهم بالتفكير والممارسة، وذلك ضمن إطار مرجعي يقوم أساسا على مقاربتين: [19]

ا- **المقاربة الأولى**: التي يمكن وصفها بالمقاربة التأملية أو المجردة دون ان تكون نظرية تماما وذلك نتيجة لعدم اعتمادها مرجعية نظرية ملائمة تساعد على قراءة واقعنا المخصوص في المجتمع ووثيقة الصلة بموضوع البحث، ونظرا كذلك لعدم تجذرها في المكان والزمان، إذن هذه المقاربة تشتغل وفق رؤية تقوم على منطق مجدد متجاهلة عن قصد أو دونه أهمية السياقات الاجتماعية - الثقافية، وكأنه بإمكان هذه المقاربة أن تدرس وقائع الإعلام والاتصال وظواهر خارج سياقاتها الخصوصية.

أ- **المقاربة الثانية** : تحمل صفة «التجريبية» أو الامبريقية والتي تقيم مسائل الإعلام والاتصال انطلاقا من معطيات كمية، يتم تجميعها دون اتباع خط منهجي صارم، وهي تفتقد إلى أية كثافة دلالية، مغيبة بذلك الأبعاد الأخرى غير المادية للوقائع الميدياتيكية، الأبعاد المرتبطة بإنتاج المعنى متمظهرة في أشكال (علاقات ورموز وقيم وصور وتمثلات وكليشيهات مقبولة الخ)

وهاتان المتقاربتان أصبحتا بمثابة الطابع المرني للبحوث والدراسات العربية في حقل الإعلام والاتصال.

ب ـ مميزات الدراسات والبحوث الإعلامية والاتصالية في الوطن العربي:

إذاً تتميز الدراسات والبحوث العربية في الإعلام والاتصال المبنية على هاتين المقاربتين بما يلي:

غياب **الأصالة والابداع**: ويقصد بالأصالة في البحث العلمي تميز الأفكار الواردة في البحث بالجدة والاهمية العلمية، وتميز الباحث بالاستقلال الفكري ومعايشته الواقع، وتظهر الأصالة في اختيار فكرة البحث أو مشكلته، وفي أسلوب معالجتها، وفي الأمثلة والتطبيقات التي يوردها الباحث، وفي النتائج التي توصل إليها والمقترحات التي يقدمها للمساهمة في علاج مشكلة ما، ويقصد بالإبداع تلك القدرات الذهنية العالية التي يتمكن الشخص بواسطتها من مد المجتمع الذي يعيش فيه بأفكار أصيلة متميزة، وهو بهذا مرادف للابتكار [20] ويفتقر إلى الأصالة ذلك البحث « الذي يعج بالأفكار، حيث يكون الباحث معجبا بالفكر الاجنبي، لمجرد أنه أجنبي مهما كان مضمونه أو محتواه، ومهما تضمن من تصورات أو تطبيقات لا تمت إلى الواقع العربي بصلة وهنا نجد بعض هؤلاء الباحثين يسلم بما ورد في المراجع الأجنبية من أفكار دون محاولة لمناقشتها، في الوقت الذي تكون فيه تلك الأفكار محل نظر، وتحتاج إلى تفنيد ونقاش، بل قد يضرب الأمثلة ويورد التطبيقات من هذا الفكر الأجنبي دون أية محاولة من جانبه لمواءمة هذا الفكر لبيئته أو لإعادة صياغته بما يتلاءم مع الواقع الذي يعيشه ويمارس بحثه العلمي فيه [21] فانتشر النقل أو التقليد الآلي أو شبه الآلي لنماذج ونظريات ومناهج في مجالات « البحث النظري» والتي أنتجتها مجتمعات غربية في عدة مراحل متتالية من تاريخها، بهدف الإجابة عن إشكاليات محددة وذات خصوصية طرحتها تلك المجتمعات الغربية عنا وفي مراحل متعددة من تطورها. وهنا ينطبق على الباحث القول المأثور : «**العود في أرضه نوع من الحطب**» حيث ينبهر بالغير ويهمل ما يمتلك ولو كان هذا الأخير أكثر غنى وقيمة. ونحن لا ننكر ما في الفكر الأجنبي من فائدة وتطور ولكننا نعيب ذلك النقل غير الواعي سواء نقلا حرفيا أو غير حرفي.

اعتماد نظريات أو مناهج في مجالات «البحوث الامبريقية» ، والاكتفاء بوصف مضامينها: وذلك «بانتهاج منحى يجنب إدراجها ضمن اطار معقد يأخذ بعين الاعتبار

المنطق الداخلي لاشتغال كل منها، وهذا يعني طرح السؤال الجوهري المتمثل في معرفة ظروف ونشأة وتتابع هذه النظريات أو المناهج» [22]

اضفاء القيم الغربية عليها وإعطاؤها تصورات يتفق وطبيعة النظرة الغربية للإنسان ووظيفته وعلاقته بخالقه: فقد توصل الغرب لاكتشافات كبيرة جعل الناس يفتنون ويظنون أن كل إنتاجه علمي ومتكامل وبناء، وهو ما جعلهم يضفون صبغة العلمية على آراء وتصورات الفلاسفة والمفكرين الغربيين بدون تمحيص كبير وعميق لهذه الأراء [23]

إذن فهذه البحوث تفتقد إلى تقاليد المساءلة النظرية القائمة على التجذير والنقد، فهي بحوث أكاديمية - عربية - «تفكر في مشكلات الاتصال ووقائعه دون انشغال واضح ودائم في وضعها ضمن أطر المكان والزمان والنظرية، وهذا يعني عدم إدراج هذه المشكلات والوقائع في سياقات جغرافية وبشرية وثقافية وزمنية مختلفة تراعي خصوصيات المجتمعات المحلية والجماعات الاجتماعية والجهات الثقافية والمجتمعات الكلية والأمم» [24]

تشتت اتجاهات الباحثين العرب: في مقال كتبه محمد حمدان في المجلة التونسية لعلوم الإعلام والاتصال [25] أوضح أن اهتمامات العرب الباحثين في ميدان الإعلام والاتصال كانت متباينة ومشتتة فهي موزعة بين الأبحاث النظرية والأبحاث التطبيقية، وبين المناهج التوثيقية والمناهج الميدانية، وبين مختلف وسائل الإعلام، بدون بروز أولويات استراتيجية واضحة في البحث، وأقر أنه لا يمكن الحديث عن مدرسة عربية متميزة في الإعلام والاتصال في هذه الوضعية.

ج - أسباب هذه الوضعية:

لماذا يغيب الفعل المعرفي التراكمي في هذا الحقل رغم مرور وقت ليس بالقصير على وجود مؤسسات أكاديمية وبحثية ؟ ولماذا تغيب إدارة المعرفة عن هذا الحقل وتسود عقلية «القراءات» الانشائية التي تتوسل باللغة العربية لممارسة كل أنواع التسطيح؟ هل نقول إن اهتمامات الباحث العربي عموما مازالت تتمركز حول « تحصيل الأقوات من الحنطة وغيرها.[26]

- **غياب العقل الإعلامي العربي** :أن هذه العوائق كثيرة لا شك، وهي تتوزع بين الثقافي والاجتماعي والمؤسساتي ولكن العائق الأكبر في نظرنا يتمثل في الباحث نفسه. ويظهر ذلك في : **حجة أن العلم لا وطن له** : فالعلم في مستواه العقلي لا يحمل جنسية أو عقيدة معينة، فالمعرفة واحدة والعلم واحد مهما كان مصدره، وفي هذه العملية هناك تراكم في المعارف الإعلامية بدءا بظهور الصحافة في القرن 16 بأوروبا مرورا بتطور علم الإعلام في العشرينيات من القرن العشرين بأمريكا إلى سيادة تكنولوجيا الاتصال حديثا. ومن جهة أخرى، فإن البحث عما يميز الإعلام في المنطقة العربية أمر مشروع ومطلوب. والحاصل أن الثنائية التي تحدث عنها بعض الكتاب والباحثين من أن النخبة في المنطقة العربية إما أن تكون تقليدية دون المعاصرة أو حداثية دون الانتماء ماثلة إلى حد ما في الدارسين الإعلاميين عندنا.[27]

- **غياب روح المبادرة والابتكار لدى الباحث العربي** :«الذي لا يتجاوز أفقه ساعات» تدريسية» يقتضيها في ترديد مقولات تجاوزها الزمن وتقترب من الدوغمائية أكثر من اقترابها من العلم، أو «القيام» «بدراسات تحتل فيها الجداول الاحصائية المنزوعة من سياقاتها الحيز الأكبر، وتغيب عنها الصرامة العلمية، صرامة العقل البرهاني وتحضر فيها إنشائية العقل السردي، وإذا سألت أحدهم أو إحداهن عن سبب هذا الحضور الطاغي للتسطيح واستبعاد العقل، أجابك أو أجابتك بأنها مقتضيات الترقية [28]

- **عدم كفاية التقدير المالي أو الأدبي للباحث** : قد يكون هذا من أهم أسباب هبوط مستوى البحث العلمي في بعض البلاد العربية، حيث يتعرض رجل العلم لضغوط مالية كبيرة نتيجة عدم كفاية التقدير المالي، أو العائد المالي لإنتاجه العلمي، والعمل العلمي يحتاج فضلا عن المعرفة والعلم إلى راحة البال وصفاء الذهن من المشكلات. [29]

- **الفجوة بين التكوين والبحث العلمي الأكاديمي في حقل الإعلام:** من المعروف أن التكوين الأكاديمي والبحث العلمي مجالان من الصعب التوفيق بينهما فلا بد أن يطغى أحدها على الآخر، ومن الملاحظ أن معاهد الإعلام والاتصال في الوطن العربي عموما كان همها منذ نشأتها الأولى هو تلبية حاجات السوق الصحفية، و«إن نظرة سريعة على المقررات الدراسية ومضامينها في كليات ومعاهد وأقسام الاتصال والإعلام في العالم العربي توحي بترهل أغلبها وعدم مساوقتها للواقع» [30].

وقد اتجه قسم من بلدان العالم العربي إلى الأخذ بالتقليد الأنجلوسكسوني في مسميات ومقررات ومحتويات برامجه الدراسية الإعلامية والاتصالية لأسباب كثيرة ربما يرتبط أهمها بالإرث الاستعماري والوظيفة الأيديولوجية للفضاء الأكاديمي عموما وقسم ثاني تبنى « النموذج» الفرانكفوني في التسمية والمحتوى المعرفي لأسباب لا تختلف كثيرا عن الأسباب السابقة، وقسم ثالث زواج بين المنظومتين، بل ربما انحصر الأمر غالبا في مسميات البرامج الأكاديمية التي تعكس هذا الجمع ولا تتجاوزه إلى غيره. وقد يرجع سبب التقليد الغربي إلى طبيعة المنهج المدرس وما تلقاه الباحثون أثناء فترة الدراسة من مساقات ومواد تهيمن عليها السمات الفكرية الغربية.

- ضعف المستوى العلمي التعليمي: إما لعدم الاستناد على أسس علمية في التخطيط لسياسات التعليم، وإما لوجود معوقات تحول دون وضع السياسات التعليمية السليمة موضع التطبيق الصحيح (مشكلة الاعداد الكبيرة للدارسين في بعض الجامعات العربية تحول دون تنفيذ برامج هذه السياسات، وإن وضعت على أسس دقيقة)[31].

إن ازدهار الصناعات الإعلامية في هذا العالم العربي والحاجة إلى كوادر إعلامية تمتلك كفايات مهنية بعد حصول الدول العربية على استقلالها، دفع بالقائمين على أموره إلى التساوق مع هذا الوضع وإنشاء الكثير من الكليات والمعاهد والأقسام المتخصصة في الدراسات الاتصالية والإعلامية، وقد وفرت هذه المظلات الأكاديمية على اختلاف مسمياتها ومرجعياتها، مقررات دراسية تتوزع مضامينها بين الصحافة والإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة، وكل ما يتصل بالإعلام الجديد وقد كان رهانها منذ البداية تزويد الملتحقين بها بكفايتين متكاملتين أدبية – مهنية من خلال التحكم في قواعد الكتابة الإعلامية وتقنية – مهنية من خلال اتقان استخدام التكنولوجيا في العمل الإعلامي، وقد تفاوت نجاح هذه المؤسسات فمنها من بنى نفسه رأسمال رمزي وصورة ذهنية جعلتاه مقصدا للكثير من الطامحين إلى ممارسة العمل الإعلامي بكل تفرعاته ومنها من تكاسلت رؤيته وانقطع عن حركية الواقع فأصبح دوره لا يتعدى الدفع بالآلاف سنويا إلى سوق البطالة.

- ضعف التكوين الثقافي والعلمي للطالب: ومن الملاحظ في بعض المجتمعات أن بعض خرجي الجامعات يفتقدون إلى الثقافة، ويمكننا القول لأن بعض خرجي الجامعات

في العالم العربي اليوم تقتصر ثقافته على بعض المعرفة النظرية أو العملية في مجال التخصص فقط، وقد يكتفي بالأصول العامة للتخصص، دون التعمق في جزئياته [32]
قلة المراجع باللغة العربية ونقص حركة الترجمة: ومن المعلوم أن المراجع العربية في المواد الإعلامية قليلة جدا، نظرا لمتطلبات البرامج الدراسية، «وقد قامت في العشرية الأخيرة جماعة من العرب مثل إبراهيم أمام وعبد اللطيف حمزة وجيهان أحمد رشتي وغيرهم بوضع كتب عن ظاهرة الاتصال ووسائلها وهي كتب ثمينة تزود الطالب بمعلومات جمة حول الموضوع وتعرفنا بنشاط هذا العلم في الغرب وفي الولايات المتحدة، وكثيرا ما تعتمد هذه الكتب في عروضها وشروحها على الاستنتاجات والاكتشافات التي توصل إليها أخيرا علم النفس الاجتماعي والدراسات التي وضعت عن الرأي العام وهذا المنهج جعل هذه الكتب تركز اهتماما أكثر على الدعاية وأساليبها وأهدافها وتنظر إلى وسائل الاتصال كركائز للدعاية وتهتم من جهة أخرى على الراي العام وعلى ماهيته وعلى طرق التأثير خاصة بوسائل الاتصال، فأصبحت هذه الوسائل في نظر هؤلاء العلماء مادة ثانوية في دراستهم في حين أن الدراسات الإعلامية في الغرب بدأت منذ قبيل الحرب العالمية الثانية تستقل عن علم النفس الاجتماعية وتكون علما قائما بنفسه له اهتماماته الخاصة وميدانية الخاص متجاوزة في ذلك مرحلة الاتصال الشخصي ومكثفة جهودها حول الاتصال الجماهيري ووسائله. [33] زيادة على ذلك غياب المؤسسات التي تتبنى المبادرات.

- **رهانات جديدة تعترض البحوث الإعلامية والاتصالية في الوطن العربي:** وهناك أيضا قضايا مرتبطة بالرهانات النظرية والمنهجية المتصلة بدراسة الظواهر الجديدة كتجديد المفاهيم وإعادة النظر في المقاربات النظرية السائدة وابتكار منهجيات جديدة. ومن بين التحديات المطروحة أمام الاتصاليين الراغبين في ارتياد درب التأصيل : تحديات العولمة وإفرازاتها التي أنذر بها المفكر الكندي « مارشال ماكلوهان» حين نظر إلى قرب توحيد العالم في قرية تغيب فيها معالم الخصوصية الثقافية، وتتلاشى خطوط التباين السياسي وتتداخل المجتمعات رغم تباعدها الجغرافي المكاني نفسه.

5 ـ وضعية علوم الإعلام والاتصال في الجزائر:

أ ـ التطور التاريخي لهذه العلوم في التعليم العالي الجزائري:

تعتبر الجزائر من الدول العربية الرائدة في مجال تدريس الإعلام في المرحلة الجامعية، وتشير الاحصائيات إلى « وجود أكثر من 15 قسماً لعلوم الإعلام والاتصال بمختلف الجامعات الجزائرية إلى جانب مدرسة وطنية عليا للصحافة وعلوم الإعلام التي تم فتحها 2009/2010، هذا بالإضافة إلى بعض المدارس التي بدأت التدريس في هذا القطاع»[34] ولكن ما هي اهم محطات هذا القطاع منذ الاستقلال إلى يومنا هذا؟

بعد استرجاع السيادة الوطنية ومقوماتها اهتمت الدولة الجزائرية المستقلة بقطاع الإعلام، والذي يظهر من خلال التشريعات والنصوص المختلفة، وإعادة هيكلة مختلف المؤسسات الإعلامية -باعتبارها احد القطاعات الاستراتيجية- بالطريقة التي توافق واتجاهات السياسة العامة للبلاد آنذاك. حيث اقترنت فلسفة التدريس الإعلامي بمخطط بناء الدولة الاشتراكية، وبرزت ضرورة إيجاد مؤسسة تتكفل بالتكوين والتدريب الإعلامي وتحقق ذلك سنة 1964، فبعد عامين من استقلالها شهدت الجزائر ميلاد المدرسة الوطنية للصحافة، واهتمت هذه المدرسة بتكوين إعلاميين مهنيين دون الاهتمام بالتنظير، وقد ظلت هذه المدرسة لمدة ثلاثة عقود المكان الأوحد لتدريس علوم الصحافة والإعلام، حيث انطلق التدريس بأعداد محدودة من الطلبة وذلك لعدة أسباب في مقدمتها نقص التـأطير وقلة الإمكانيات، وبدأ التكوين باللغة الفرنسية (أساتذة فرنسيون، بلجيكيون وأفارقة) وذلك بحكم الظروف التاريخية، فالهدف الاساسي من هذه المدرسة هوتخريج كوادر إعلامية تملأ الفراغ الإعلامي الموجود آنذاك من جهة ومن جهة أخرى تكوين مناضلين مدافعين عن الاشتراكية في مدة ثلاث سنوات دراسية للحصول على الليسانس.

وقد بدأ الاهتمام بالبحث والتكوين الأكاديمي العالي في منتصف السبعينات، وشهدت تلك الفترة بداية البعثات الطلابية إلى الخارج للحصول على الشهادات العليا في الإعلام والاتصال.

ب ـ وتميز التكوين بالنوعي والنخبوي: إذ تميزت المدرسة بالأعداد القليلة وتميزت الدفعات الأولى بتكوين عالٍ وجيد في الإعلام والتي تقلدت لاحقا مسؤوليات وقيادات

في مختلف المؤسسات الإعلامية، وهي الحالة التي لا نجدها الآن نظراً لحالة التشبع التي تميز هذه الفترة.

وفي عام 1974 تم دمج المدرسة الوطنية للصحافة مع معهد الدراسات السياسية لينشأ معهد العلوم السياسية والإعلامية تحت وزارة التعليم العالي وتميزت هذه المرحلة بأن أصبحت مدة الدراسة الجامعية لنيل الليسانس أربع سنوات سنتين جذع مشترك وسنتين تخصص. وذلك بهدف السيطرة عليها بشكل أفضل، كما تميزت هذه الفترة بالتعريب وإرسال البعثات الطلابية إلى الخارج.

وقد تم فك الارتباط بين التخصصين الإعلام والسياسية حيث «بداية من الدخول الجامعي 1982/1983، أصبح التكوين في الجزائر يتم بمعهد علوم الإعلام والاتصال، ومن خلال التسمية الجديدة نلاحظ تطور منظور القائمين على التكوين الإعلامي...[39]» وتعتبر هذه الفترة من أبرز مراحل التكوين الإعلامي في الجزائر منذ استقلالها، حيث تميزت بالتعريب الكامل للتدريس، والاعتماد على الكوادر الجزائرية، وخاصة بعد عودة البعثات الطلابية من الخارج، كما تميزت بديمقراطية التعليم ومجانيته، ولكن ظلت صفة المناضلة والالتزام بالاشتراكية ترافق التكوين الإعلامي.

ثم انتقلت علوم الإعلام والاتصال من تخصص نخبوي إلى تخصص جماهيري مع مجيء فترة التسعينات التي جلبت معها جملة من التغييرات التي مست العديد من المجالات ومنها التعليم العالي.

وبالتحديد سنة 1999، حيث ألغي نظام المعاهد وحل مكانه نظام الكليات والأقسام، « وكانت البداية مع جامعة عنابة في الشرق الجزائري التي حاولت في البداية أن يتميز التكوين في الاتصال بالاهتمام بالعلاقات العامة والاتصال في التنظيمات، ثم فتح قسم الإعلام والاتصال في جامعة وهران بالغرب الجزائري، فجامعة مستغانم، ثم جامعة قسنطينة بالشرق الجزائري، وفي فترة وجيزة تعددت أقسام التدريس للإعلام والاتصال في الجامعات الجزائرية هذا التوسع أدى إلى بداية نهاية بريق التكوين في مجال الصحافة والإعلام والاتصال، والأسباب كثيرة في مقدمتها: [34]

- تشتيت القدرات في مجال التأطير: ففتح اقسام جديدة أدى إلى التحاق بعض أساتذة هيئة التدريس لهذه الأقسام وهو ما أدى إلى تشتيت الطاقات وهدر الإمكانيات

التي كانت بحوزة القسم الاصل بجامعة الجزائر، ففتح أقسام جديدة للإعلام والاتصال بشكل متسرع وغير مدروس الأمر الذي أوقعها في مشكلات متعددة على رأسها الافتقار للكفاءات المؤطرة والوسائل المساعدة للتدريس والتكوين.

- افتقار العديد من الأقسام إلى وسائل إعلام محلية للتدريب ولتوظيف الخريجين.
- تواجد الأقسام في كليات غير متجانسة، فبعض الأقسام في كليات الآداب وأخرى في كليات العلوم الإنسانية والاجتماعية، أو العلوم الاقتصادية والحقوق وهذا ما جعل أقسام الإعلام الفتية تعاني التهميش مقارنة بالأقسام الأخرى المتواجدة منذ عشرات السنين.
- أما الجوانب الإيجابية التي ميزت التكوين في هذه المرحلة فتكمن في توحيد البرامج على مستوى جميع الأقسام في القطر الجزائري.

ومن ثم تأتي مرحلة جديدة مع النظام الجديد ل.م.د.: في إطار إصلاحات التعليم العالي تبنت الجامعات الجزائرية نظاما جديدا (ل.م.د) وهي اختصارات للأطوار الدراسية الليسانس، (فترة ثلاث سنوات) الماستر(سنتان) والدكتوراه (ثلاث سنوات دراسية)، وهونظام مستوحى من النظام التعليمي الأوروبي، وقد مس هذا النظام جميع الأقسام العلمية ما عدا العلوم الطبية والصيدلة والشبه طبي، وبعض المدارس العليا.

وقد شرع في تطبيق هذا النظام في علوم الإعلام والاتصال منذ السنة الدراسية 2006/2007 في مختلف الجامعات الجزائرية، وفي مختلف التخصصات في مقدمتها الإعلام والاتصال، ويمكن تحديد تموقع التكوين الإعلامي في هذا النظام في النقاط التالية: [35]

- عدم اعتبار علوم الإعلام والاتصال حقلاً معرفياً مستقلا بذاته.
- تغييب السنة أولى من خلال دمجها ضمن العلوم الاجتماعية و/ أو الإنسانية وهذا على حساب مواد ومساقات مهمة في الإعلام والاتصال.
- تقليص فترة الدراسة إلى ثلاث سنوات وهوما يجعلنا نتساءل عن إمكانية أن يلم الطالب باختصاصه في هذه المجال، وفي هذه المدة القصيرة مع الأخذ باعتبار السنة أولى جذعاً مشتركاً.
- نظام ل.م.د يتماشى مع الأعداد المحدودة من الطلبة، وليس مع الأعداد الطلبة

التي تتزايد عند كل دخول جامعي. فإنتقل التكوين من النوعي إلى الكمي ومن النخبوي إلي الجماهيري، فقد « تجاوز عدد الأقسام الخمس عشرة قسما، وناهز عدد الطلاب الـ 20000 طالب منهم 8000 بقسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم السياسية والإعلام بجامعة الجزائر « وهذا في ظل نقص التأطير والمختصين أمام الأعداد المتزايدة من المنتسبين لهذا الميدان المعرفي.

«إن نجاح التدريس الإعلامي في الجزائر مستقبلا يتوقف على مدى الوعي بخصوصية التكوين في هذا الحقل وبتقسيم شامل لمخرجات التكوين في العشرية الأخيرة وتصحيح الأخطاء التي ميزت التجربة وإعادة بعث هذا الميدان» [36].

ج ـ نظرية عزي عبد الرحمن كإحدى أهم نماذج التأصيل الفكري العربي:

قد ظهرت حديثا نظرية جديدة في الإعلام والاتصال تحت مسمي : نظرية الحتمية القيمية في الإعلام – لصاحبها الجزائري عزي عبد الرحمن، ويجدر التذكير بأصالتها كنظرية عربية جزائرية في الإعلام، فبالرغم من كل هذا الانسداد المعرفي بزغت هذه النظرية التأصيلية، وكانت هذه التجربة المعرفة الأولى من نوعها في الوطن العربي التي «تجعلنا نتجاوز الموقفين الطرفين، الأول الذي يتعلق بالإسقاط غير الواعي للنظريات الغربية والثاني الرفض غير المبرر، فكانت هذه النظرية مخرجا موضوعيا تملأ الفجوة المعرفية التي تعاني منها الدراسات العربية والإسلامية، خاصة في مجال علوم الإعلام، ومن بين المشتركات الإنسانية الاتفاق على القيم كأرضية للإنتاج العلمي والمعرفي [37].

5 ـ ضرورة التجديد للوصول إلى مدرسة عربية متميزة في الإعلام والاتصال:

إن حاجة هذا القطاع إلى الدرس المعمق والتفكير الحصيف والنظر البعيد تتأكد يوما بعد يوم [38] وكذا « تقديم رؤية تأصيلية مميزة في الوطن العربي ولتجاوز مرحلة اجترار وتقليد الأبحاث الغربية ونكون فاعلين في تقديم الإضافات العلمية التي تتماشى وواقعنا وتستجيب لحاجياتنا ومن أجل إرساء علوم الإعلام والاتصال على قواعد فكرية شديدة الصلابة ومتكيفة مع خصوصية مجتمعاتنا، تمكنها من الصمود والبقاء وحتى

التطور، وذلك من خلال :

- **ضرورة الأصالة :** يجب على البحث العلمي أن يتضمن أفكارا جديدة تعد إضافة جديدة إلى الفرع العلمي الذي ينتمي إليه موضوع البحث، وليس الجديد أن تكون الأفكار مبتكرة تظهر لأول مرة، أو في صورة اختراع معين، إذ الإبداع والإبتكار على هذا النحو، مطلبان صعبان لتحقق في مختلف البحوث، وبخاصة فيما يجري منها في مجال العلوم الإنسانية والنظرية، ولذلك فإن ما يحققه البحث العلمي من إضافات، وان لم تصل إلى حد الابتكار أو الاختراع، قد تكون كافية للقول بأصالة البحث سواء تمثل ذلك في تكميل ناقص أو في ايضاح مبهم، أو ترتيب مختلط[39].

- **ضرورة إعادة القراءة والتأمل والمساءلة :** فيجب على معاهد الإعلام والمجتمعات العربية ومراكز البحوث للتعاون فيما بينها لإعداد ملخصات مسحية شاملة للبحوث المنجزة في مجالي الإعلام والاتصال وتقييمها وإبراز مواطن الضعف فيها لتجاوز هذه الوضعية، فمثل «هذه الظواهر الضارة كما تحتاج إلى مثل هذه الدراسات التحليلية الانتقادية تحتاج بشدة إلى المزيد من الدراسات العلمية المتأنية المعتمدة على الدراسات المسحية والإحصائية، حتى يمكن اقتراح أو جه العلاج الملائمة على اسس علمية دقيقة»، وهذه هي مهمة مراكز البحوث المتخصصة.

- **ضرورة التأريخ للإعلام والاتصال في الوطن العربي :** وإن تاريخ الإعلام والاتصال في العالم العربي لم يكتب بعد رغم نصف قرن تقريبا من وجود هذه العلوم إدارياً ومؤسساتيا، ويتجلى ذلك خاصة عبر تجربة مصر الممهدة، وبدون كتابة تاريخ هذه العلوم في مرحلة قادمة تاريخ مؤسس يستند أولا أساسا إلى ثقافات مجتمعاتنا، ثقافات مفتوحة على مرجعيات أخرى غير عربية، وعلى سياقات وتيارات فكرية، فقد تندثر هذه العلوم، إن عاجلا أو آجلا في هذه المنطقة الشاسعة من العالم لا كواقع علمي، وإنما كمجرد ظاهرة إدارية مؤسساتية [40].

- **ضرورة التجديد النظري والمنهجي:** يجب أن نتعامل مع بحوث الإعلام والاتصال الغربية كتراكمات معرفية ظهرت للمبررات موضوعية واقعية، فيجب التعامل معها كما هي وفي إطارها المنهجي، ولا يجوز إخراجها من ذلك الإطار، مع التأكيد على أنه لا يمكن إبدال نظرية بنظرية، بل من الواجب تغيير نظرية بحقيقة

علمية، أما النظريات فهي عبارة عن تراكمات معرفية إنسانية يجب الاستفادة منها والتفاعل معها وتقيمها ونقدها وكل ذلك من خلال الحراك والجدل العلمي المفيد دون عقد وفوبيا وهمي، كما يجب. البحث عن المنطلقات والمبادئ التي تقوم عليها النظرية، والبحث عن العوامل المشتركة التي تليق بالأمة العربية. وخاصة مع التطورات المتلاحقة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وفي مقدمتها ثورة الأنترنت والوسائط الإعلامية الجديدة، وعليه يجب "تجديد الجهاز النظري والمنهجي الذي وظفه الباحثون لدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية، فالانشغال بالممارسات ذات الصلة بالوسائط الجديدة تفتح لآفاقٍ جديدة إلى الباحثين خاصة في مستوى إعادة التفكير في المفهوم ومن هذا المنظور فإن التفكير في الأنترنت يتيح بلورة أطر نظرية جديدة، إذ لا يتعلق الأمر بمجرد بلورة مناهج جديدة بل تتجاوز ذلك إلى بلورة مفاهيم وأطر نظرية جديدة وإعادة التفكير في المقاربات السابقة والسائدة."[41]

ـ ضرورة التفكير المتزامن والتحديث الآني : حيث يجب على الباحثين والدارسين في هذا المجال المتعدد التخصصات أن يكونوا أكثر اهتماما بالتحولات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والفكرية والسياسية التي تشهدها مجتمعاتنا العربية وربط هذه التغيرات بكيفية التعامل مع تكنولوجيات الإعلام والاتصال الكثيرة التحديث والسريعة الانتشار والتأثير.

ـ ضرورة حشد الطاقات والتعاون والتثمين والنقد البناء: يجب أيضا حشد طاقات فكرية ومادية هائلة على امتداد سنوات طويلة ضمن خطة محكمة، فالبحث العلمي بشكل عام يحتاج إلى فضاء جماعي يعمل على تثمين البحوث من خلال التواصل والتبادل والنقاش والنقد وحتى النشر الجماعي كالكتب الجماعية حول مختلف الإشكاليات، والمجلات العلمية المتخصصة، والجمعيات والمؤتمرات العلمية وكذا المشاريع العلمية الكبرى التي تتيح فرصة الحصول على معطيات تجريبية توظف في مختلف البحوث. وبداية يجب « تثمين الجهد الذي قام به الدكتور عبد الرحمان عزي وتبني هذه النظرية من قبل المؤسسات الرسمية والأكاديمية من خلال توجيه الطلبة لدراستها وتحليلها في بحوثهم.

- ضرورة اتباع خطة ممنهجة لدراسة الظاهرة الإعلامية والاتصالية في المجتمعات العربية :

يجب أن تؤسس طريق منهجية علمية متفق عليها في علوم الإعلام والاتصال،ويجب تطوير البحوث والدراسات من أجل تحقيق مدرسة متميزة في هذا الحقل، ومن أجل بناء المعرفة العلمية في مجال الإعلام والاتصال، نقترح هذا المخطط المستوحى من دور المعرفة لـ « كالونCallon» في كتابه «دورة إنتاج المعرف العلمية».



مخطط (01): دورة إنتاج المعرفة العلمية في مجال الإعلام والاتصال

خاتمة:

تلعب البحوث العلمية وتطبيقاتها التكنولوجية دورا مهما في تطور رفاهية المجتمع في أي دولة، فالعلم هومجموعة من المفاهيم والمبادئ النظرية ذات العلاقة النفعية للإنسان، ويمكن اعتبار إجراء البحوث العلمية مقياسا لتقدم هذه الدول ونموها الاجتماعي

والاقتصادي، فالدول التي تعرف وتحسن كيف تطبق مخرجات البحث العلمي نجدها دائما تحتل مكانة الصدارة في مختلف المجالات، وتعتبر العلوم الإنسانية والإجتماعية من بين العلوم التي عرفت الكثير من النقاشات الحادة والأصوات المختلفة التي حاولت تفسير الظواهر الإنسانية والاجتماعية وتقديم نظرية شاملة تفسر مختلف مراحل هذه الظواهر وتفاعلاتها ومخرجاتها، والإعلام والاتصال كحقل معرفي هو الأكثر تميزاً باختلاف زوايا الرؤى وبالتالي اختلاف النظريات العلمية المفسرة للظاهرة الاتصالية والإعلامية، نظراً لحداثة هذا الحقل المعرفي من جهة ولارتباط ظواهره بمختلف الظواهر الأخرى من جهة أخرى وكذا ارتباط التنظير في هذا الحقل بالتطورات التي عرفتها وسائل الإعلام والاتصال المتسارعة والمتلاحقة، فعجز التنظير عن اللحاق بها ومواكبة تطوراتها، وبالرغم من كل هذا فقد ظهرت العديد من النظريات منذ ظهور الصحافة المكتوبة وانتشارها في القرن السادس عشر، وقد تنوعت هذه النظريات واختلفت حسب اتجاهات الباحثين من الاتجاه الأمبريقي الأمريكي أو النقدي الأوروبي، والاتجاهات المعاصرة التي تأخذ الجمهور منطلقا أساسيا لها. ولكن ما يميز الساحة العربية لعلوم الإعلام والاتصال -حسب التعبير الفرنكفوني – هو ثنائية النقل أو الرفض، فإما الرفض القاطع وغير المبرر لكل ما هو غربي، وإما مجرد تطبيق فروض النظريات الغربية بدون أدنى اهتمام بالسياقات المختلفة التي ولدت هذه الفروض والسياقات العربية، نتيجة لعدة أسباب، كالانبهار من جهة والركود على أساس أن العلم لا يعترف بالحدود الجغرافية !! ولم تكن هناك قراءات متواصلة ومتجددة للإرث العلمي الخاص، كما هو الشأن بالنسبة للفلسفة اليونانية والفلسفة الأوروبية الحديثة، الأمر الذي خلف بحوثا ودراسات بعيدة عن الواقع الحقيقي للمجتمعات العربية، من جهة ومن جهة أخرى انتشرت مؤخرا السرقات العلمية، حيث غاب الوازع الاخلاقي «للباحث العلمي»، كما غابت أصول التفكير المنهجي في هذه البحوث والدراسات.

ولكن في الآونة الأعمال تفطن العديد من الباحثين والدارسين العرب أنه يجب إعادة النظر في هذا المنحى الذي سلكته هذه العلوم وأنه من حق المنطقة العربية أن تزخر هي الأخرى بنظرياتها الخاصة في الإعلام والاتصال ولا سيما مع تطور وسائل الإعلام وزيادة أهميتها وإشكالاتها المختلفة والمتعددة في هذه البيئات العربية، وأنه يجب تأسيس

مرحلة تاريخية جديدة بمنهجية صارمة ورؤية تأصيلية تجذيرية، ووضع بصمة متميزة في هذا الحقل العلمي. وبالتالي فإن تجاوز هذه الوضعية يتطلب بداية التخلص من عقلية «الحنطة»- كما وصفها ابن خلدون - واستغلال المرجعيات الفلسفية العربية - الاسلامية، على غرار الفلسفات الأخرى، أو ربما كان من الأفضل إقصاء كل هذه التعارضات والتعثر الذي يميز حقل الاتصال والبدء من الصفر كما اقترح ماتيلار وميشال ماتيلا في كتابهما «تاريخ نظريات الاتصال» وعلى أية حال يجب أن نؤمن بأن باحثينا لهم من الكفاءة والشجاعة حتى يعيدوا النظر في الأبحاث الإعلامية والاتصالية الغربية المسلم بها، لنثبت نسبية ما جاءت به من نتائج وقدرتنا على تقديم الاضافة ومما لا شك فيه ان ارتباط الإعلام والاتصال بالتكنولوجيات دائمة التطور يؤثر على العلوم التي تتناولها بالتنظير والدرس، مما يجعل تتجدد في كل مرحلة ويظل باب الاجتهاد مفتوحا باستمرار.

الهوامش والمراجع:

1 - عبد الفتاح خضر: أزمة البحث العلمي في العالم العربي مكتبة صلاح الحجيلان، الرياض، ط. 03،1992، ص. 14

2 - عواطف عبد الرحمن: العرب...وفجوة العقل الإعلامي، مجلة العربي، العدد 566، جانفي 2006، متاح في: http://www.alarabimag.com/Article.asp?Art-4312&ID-102، اطلع عليه بتاريخ 20/09/2013، على الساعة 14.30.

3 - نصير بوعلي وآخرون: قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مكتبة أقرأ، قسنطينة، الجزائر،ط.01، 2009،ص.14.

4 - الصادق رابح:: عرض كتاب علوم الإعلام والاتصال واشكالية التكوين المهني في العالم العربي، دورية الشرق الأوسط، العدد 06 ،2010، ص.01، متاح في

http:// n w a 3. m o c/ % 6 B % 8 D % 1 B % 8 D % 9 B % 8 D-
% A A % 8 D % 3 8 % 9 D% 8 A % 8 D % 7 A % 8 D-
% 5 8 % 9 D % 8 8 % 9 D % 4 8 % 9 D % 9 B % 8 D- % 9 D % 7 A % 8 D
5 8 % 9 D % 7 A % 8 D % 4 8 % 9 D % 9 B % 8 D % 7 A % 8 D % 4 8 %-
% - A % 8 D % 7 A % 8 D % 4 8 % 9 D % 7 A % 8 D % 8 8 % 9 D
D9%88%D8%A5%D8%B4%D9%83%D%-D8%B5%D8%A7%D9%84%A
8%A7%D9%84/، اطلع عليه بتاريخ 2013-10-01 على الساعة 10.00.

5 - أرمان ماتيلار، ميشال ماتيلار ميشال: تاريخ نظريات الاتصال، تر. نصر الدين العياضي، الصادق رابح، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، ط.03،2005،ص.21.

6 - تيسير مشارقة : مدخل إلى الدراسات الإعلامية، منشورات بيت المقدس، رام الله، فلسطين،ط.01،2002، ص. 71.

7 - أرمان ماتيلار، ميشال ماتيلار ميشال: تاريخ نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص.19.

8 - عبد الله الحيدري : الافتتاحية، المجلة التونسية لعلوم الاتصال،العدد 31،جانفي -جوان 1997، معهد الصحافة وعلوم الاخبار، منوبة، تونس.ص.06.

9 - بدر الدين زواقة:: علوم الإعلام والاتصال بين النظرية الاسلامية ونظرية الحتمية القيمية، متاح في : http://diae.net/9443، اطلع عليه بتاريخ 2013-09-30، على الساعة 15.00.

10 ـ مي العبد الله: نظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص.06.

11 ـ نصير بوعلي: قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص 112.

12 ـ عبد الرحمن عزي: دعوة إلى فهم علم الاجتماع الإعلامي، الدار المتوسطية للنشر، بيروت- تونس، ط.01،2010، ص.08.

13 ـ يوسف بن رمضان : تاريخ علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي وفي افريقيا شرط ممهد لبناء حداثة جديدة، المجلة التونسية لعلوم الاتصال، ع. 47/48 جويلية 2006-جوان 2007، معهد الصحافة وعلوم الاخبار، منوبة، تونس،ص.07.

14 ـ خضر عبد الفتاح: أزمة البحث العلمي في العالم العربي، مكتبة صلاح الحجيلان، الرياض، ط.1992،03،ص. 19.

15 ـ يوسف بن رمضان : تاريخ علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي وفي افريقيا شرط ممهد لبناء حداثة جديدة، مرجع سبق ذكره،ص.ص.07 - 08.

16 ـ نصير بوعلي وآخرون: قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام مرجع سبق ذكره، ص 110.

17 ـ يوسف بن رمضان : تاريخ علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي وفي افريقيا شرط ممهد لبناء حداثة جديدة، مرجع سبق ذكره،ص.ص.05.

18 ـ محمد حمدان: نحومدرسة متميزة للبحث الإعلامي والاتصالي: المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 42، جويلية /ديسمبر 2003، معهد الصحافة وعلوم الاخبار، منوبة، تونس. ص.05.

19 ـ الصادق رابح: عرض كتاب علوم الإعلام والاتصال واشكالية التكوين المهني في العالم العربي، مرجع سبق ذكره، ص.03.

20 ـ بدر الدين زواقة: علوم الإعلام والاتصال بين النظرية الاسلامية ونظرية الحتمية القيمية، مرجع سبق ذكره.

21 ـ الصادق رابح: عرض كتاب علوم الإعلام والاتصال واشكالية التكوين المهني في العالم العربي، مرجع سبق ذكره. ص.03.

22 ـ خضر عبد الفتاح: أزمة البحث العلمي في العالم العربي، مرجع سبق ذكره، ص. 53.

23 ـ الصادق رابح: عرض كتاب علوم الإعلام والاتصال واشكالية التكوين المهني في العالم العربي، مرجع سبق ذكره. ص.04.

24 ـ خضر عبد الفتاح: أزمة البحث العلمي في العالم العربي، مرجع سبق ذكره، ص. 47.

25 ـ المكان نفسه.

26 ـ زهير احدادن: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال مرجع سبق ذكره، ص. 54 .

27 ـ محمد شطاح : التدريس الإعلامي في المرحلة الجامعية في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع. 08، ماي 2012، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، السعودية. ص.127.

28 - المرجع نفسه، ص.135.

29 - المرجع نفسه،ص.137.

30 - المرجع نفسه: ص. 142.

31 - المرجع نفسه، ص.143.

32 - المرجع نفسه. ص. 155.

33 - بدر الدين زواقة :علوم الإعلام والاتصال بين النظرية الاسلامية ونظرية الحتمية القيمية مرجع سبق ذكره.

34 - افتتاحية المجلة التونسية لعلوم الاتصال، ع. 12،جويلية-ديسمبر 1987، معهد الصحافة و علوم الاخبار، منوبة، تونس، ص.05.

35 - محمد حمدان: نحومدرسة متميزة للبحث الإعلامي والاتصالي: المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 42، جويلية /ديسمبر 2003، معهد الصحافة و علوم الاخبار، منوبة، تونس.ص.05.

36 - خضر عبد الفتاح: أزمة البحث العلمي في العالم العربي، مرجع سبق ذكره، ص. 29.

37 - المرجع نفسه، ص.18.

38 - يوسف بن رمضان: تاريخ علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي وفي افريقيا شرط ممهد لبناء حداثة جديدة، مرجع سبق ذكره، ص.ص.09-08.

39 - بدر الدين زواقة : علوم الإعلام والاتصال بين النظرية الاسلامية ونظرية الحتمية القيمية، مرجع سبق ذكره.

40 - الصادق الحمامي: الميديا الجديدة : الابستمولوجيا والإشكاليات والسياقات، المنشورات الجامعية بمنوبة، ط.01، 2012،ص. 31.

41 - محمد حمدان: نحو مدرسة متميزة للبحث الإعلامي والاتصالي: المجلة التونسية لعلوم الاتصال، العدد 42، جويلية /ديسمبر 2003، معهد الصحافة و علوم الاخبار، منوبة، تونس، ص06.

الإعلام المرئي الجديد في علوم الاتصال

(مشاكله وهمومه)

د. أشرف فالح يوسف الزعبي
جامعة الزرقاء الأهلية/ الأردن

تمهيد

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مفهوم وجوانب من تطبيقات ما بات يطلق عليه الإعلام الجديد؛ بصفته الوسيلة الأقدر وصولاً إلى كافة فئات المجتمعات، وما يواجهه هذا القطاع « الإعلام المرئي» من مشاكل وهموم في هذا العصر، عصر الصورة.

ولو تتبعنا هذا التطور فإننا نرى أن المكتوب، الكتاب الورقي والإلكتروني؛ المرئي، البرامج التلفزيونية، التقارير، الأفلام الوثائقية، والأفلام بكافة أنواعها التي تتعلق بالصورة.. كلاهما إعلام، يوصل رسالة إلى القارئ أو المشاهد، يوصف الأول بالعمق والثاني أنه سطحي، الأول يعتمد على التحليل والكلمة، والثاني يعتمد على الصورة والصوت.[1]

ومن هنا فإن هجرة الكتاب إلى المرئي في ازدياد، وعندما يقدمون برامج الحوار الجاد فهم يتميزون بالصورة التي تأخذ نصيب الأسد، لكن تبقى هنالك تحديات يواجهونها، تحديات شخصية وتحديات يواجهها القطاع بمجمله، كما أن المكتوب ينقسم إلى نوعين، مطبوع وإلكتروني، المطبوع يواجه انحساراً وتراجعاً، يدخل الإلكتروني كأحد أسبابها، ونتيجة لصعود نجم الإلكتروني، فهو يأخذ نصيباً يزيد بشكل تدريجي من حصة الإنفاق

1. محمد الهاجري ومنتدى الإعلام العربي، دبي 2007.

الإعلاني، كما يشهد المطبوع تراجعاً عالمياً تم قياسه ونشره في تقارير مختلفة.[1]

لا شك أن الثاني يجذب أكثر (المرئي)، وهومنتشر بشكل أكبر، لكنه قد لا يُستغني عن الأول وإن علا نجمه (المكتوب)، من هنا يعتبر القرن الواحد والعشرون عصر العولمة والتكنولوجيا الحديثة التي أنطلقت مع نهائيات القرن العشرين، وتجلت التحديات التي تواجه عولمة الاتصال في عصرنا الحالي والتي دخلت من خلاله التكنولوجيا الرقمية، وتسارعت أحداثه، هذه التحديات النوعية تتطلب منا أكثر من أي وقت مضى بلورة وتبني مواقف مشتركة ومتناغمة من قبلنا جميعا، صونا للمصالح والقضايا، ويتحتم علينا أن نحمل القوى الفاعلة في العالم العربي على العمل الفوري والجاد والمحدد بسقوف زمنية وضوابط للتنفيذ نحو هذه العولمة التي يواجهها الإعلام المرئي.[2]

1 ـ ملخص الدراسة:

ـ من خلال هذه الدراسة استطاع الإعلام المرئي أن يقارب من إلغاء دور الكلمة المكتوبة أو الصحافة المكتوبة.

ـ رغم التكنولوجيا الرقمية المذهلة التي دخلت عالمنا إلا أن هناك تحديات صعبة وقفت في طريق التقدم نحو الأفضل حيث أصبحت الصور الرقمية تحيط بالبشر في كل مكان، وخاصة عبر وسائل الإعلام، حتى بدأ البعض يتساءل عن مدى تأثير هذا التشبع بالصور على فهم الأحداث، وعن التأثير الناتج عن سرعة نشر وبث الصور على درجة استجابة الجمهور للأحداث، ومدى قدرة الصورة على إحداث ردود فعل قوية وسريعة ومباشرة، فضلاً عن تأثير التراكم الناتج عن الاستخدام المكثف للصور على الذاكرة الثقافية للمجتمعات.

ـ اتضح أن المشاكل والتطورات التي حدثت في الإعلام المرئي فاقت التصورات لما لها من دور مذهل في تغير الثقافات والعادات والتقاليد الموجودة في عالمنا الثالث.

1- شريف درويش، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001.

2-Aaron Quinn, Accepting manipulation, what's Acceptable, Retrieved from the net, http://crpit.com /confpapers /CRPITV37 Quinn. Pdf, in March 2007.

- الاستخدام الحديث للصورة في وسائل الإعلام المرئي تزايد في التعامل مع الصورة الرقمية، وعن زيادة جودتها، وتسارع تنقلها من مكان لآخر، وقدرتها على التشكل بسهولة في بيئات ووسائط إعلامية متعددة، بفعل اعتمادها على اللغة الرقمية.

- أحدثت المعالجة الرقمية للصور تأثيرات كبرى على طرق إنتاج وتحرير وإدارة وصناعة الصور في وسائل الإعلام، وأثارت تساؤلات عديدة عن الأبعاد الأخلاقية الجديدة للصور الإعلامية الرقمية، وعن تأثيراتها على العمل الإعلامي برمته، وعلى مصداقية وسائل الإعلام من جهة، وعلى الحقوق الاتصالية والإعلامية للجمهور من جهة أخرى.[1]

- تطورت بيئة المعلومات والإعلام على مدى العقدين الأخيرين في الشرق الأوسط بشكل واسع وسريع، وقد جاء بعض هذا التطور من خلال منجزات التقدم التكنولوجي الفائق الأخير مثل الأنترنت، الهاتف النقال الذي أصبح بمثابة كمبيوتر متنقل، في حين جاء جله، وهوالأهم، من خلال تقنيات أقدم عهداً مثل التلفزيون الفضائي وأجهزة التصوير والاستنساخ وآلات الفاكس وأجهزة الفيديو كاسيت، وبذا تهيأت للناس في الشرق الأوسط وسائل وقدرات أعظم بكثير لتبادل الأفكار مما كان متاحاً لهم من قبل.

تمحورت مشكلة الدراسة حول ثورة المعلومات والقفزات التكنولوجية المتلاحقة، حيث تغيرت المفردات الأساسية للعمل الإعلامي والصحفي، والذي يعتمد بشكل أساسي على الصورة كوسيلة توصيل وتواصل، وضربت هذه الثورة بتقنياتها المتلاحقة، المفاهيم الأساسية المتعلقة بالصورة الإعلامية، وبوظيفتها، وبأسس استخدامها أو معالجتها، وبكيفية إنتاجها، وأخلاقيات التعامل معها أو نشرها.

كما أحدثت هذه الثورة تغيرات كثيرة في صناعة وثقافة الصورة الإعلامية، والتي شهدت الكثير من التطورات في مجال إنتاجها، والكثير من الظواهر الجديدة، وخاصة فيما يعرف بالصورة الإعلامية الرقمية، والتي تطل على الساحة الإعلامية كمفهوم جديد، وكوسيلة اتصال جديدة، لها تقنياتها وظواهرها وأخلاقياتها الخاصة بها، للكشف عن جوانبها وأبعادها المختلفة، كما تضاءلت نسبة قراءة الصحف وأصبح الإتجاه

1 . الزعبي، أشرف،(2014) تأثير المخرج على المتلقي من خلال الصورة الدرامية في المسلسلات والافلام الأردنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجنان، طرابلس، لبنان.

نحو الصحافة الإلكترونية.

كل هذه الثورات المعلوماتية، ومن ضمنها الصورة الرقمية تحيط بالبشر في كل مكان، وخاصة عبر وسائل الإعلام، حتى بدأ البعض يتساءل عن مدى تأثير هذا التشبع بالصور على فهم الأحداث، وعن التأثير الناتج عن سرعة نشر وبث الصور ودرجة استجابة الجمهور للأحداث، وقدرة الصورة على إحداث ردود فعل قوية وسريعة ومباشرة، فضلاً عن تأثير التراكم الناتج عن الاستخدام المكثف للصور على الذاكرة الثقافية للمجتمعات، وأحدثت المعالجة الرقمية للصور تأثيرات كبرى على طرق إنتاج وتحرير وإدارة وصناعة الصور في وسائل الإعلام، وأثارت تساؤلات عديدة عن الأبعاد الأخلاقية الجديدة للصور الإعلامية الرقمية، وتأثيراتها على العمل الإعلامي برمته، ومصداقية وسائل الإعلام من جهة، والحقوق الاتصالية والإعلامية للجمهور من جهة أخرى، وتبيان الأثر الذي أحدثه الإعلام المرئي في الصحافة المكتوبة.

ومن هنا جاء هذا البحث ليلقي الضوء على مشكلة هذه التحديات التي تواجه مجتمعاتنا في العالم العربي خاصة والعالم أجمع عامة.

تمحورت الدراسة حول الأسئلة التالية:

-1 هل أستطاع الإعلام المرئي الجديد أن يواكب التطورات التكنولوجية الحثيثة، وطرق معالجة الصورة ؟

-2 هل سيطر الإعلام المرئي الجديد على الإعلام المكتوب رغم المشاكل والتحديات التي يواجهها؟

-3 هل انتهى عصر الصحافة المكتوبة بعد أن أثبت الإعلام المرئي قدرته بالجمع بينهما؟

وهدفت الدراسة إلى تبيان الأثر الذي أحدثه الإعلام المرئي في الصحافة المكتوبة، والصورة بكافة أشكالها، وطرق معالجتها في الإعلام الجديد من خلال علوم الاتصال المنتشرة في هذا الكون، ولما للصورة من دور فعال في الغاء دور الكلمة التي لا تصاحب الصورة، من هنا جاء هذا البحث ليلقي الضوء على ما يواجه الإعلام المرئي من مشاكل وصعوبات في عصرنا الحالي عصر التكنولوجيا المتعددة والمعقدة التي

أخذت أبعاداً متعددة من خلال التطور العلمي، مع إلغاء الكلمة المكتوبة لتصبح الصورة تضاهي ملايين الكلمات.

وتناول هذا البحث الفترة الزمنية الراهنة من المتابعة للقنوات المحلية والفضائية والصحافة المكتوبة والأنترنت وهو ما نسميه الإعلام المرئي الجديد، بفترات متفاوته من العام 2014 وتناولت المحاور التالية:

برامج متنوعة وتحليل مضمون الصورة مقارنة بالمكتوب.

الاطلاع على الصحافة الإلكترونية من خلال النت المقترنة بالصورة ومقارنتها بالصحافة المكتوبة.

2 ـ مصطلحات الدراسة:

الإعلام الجديد: مصطلح كثيراً ما نسمعه، بين أناس يتحدثون عنه وكأنه غائب غريب، أو خيال يعرفونه ولا يفهمونه، وبين آخر يرونه موجوداً في جميع أنشطتهم اليومية حتى أكلهم وشربهم، هذا الإعلام الجديد ثورة في ذاته، فلسفة وفكر قبل أن يكون سببا في ثورات أخرى، وللحديث عن مصطلح ما يلزمنا معرفة فلسفته ومبادئه ثم نظامه وقانونه، وبعد ذلك تبرز أدبياته وإبداعاته.

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High-Tech Dictionary الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه " أندماج الكومبيوتر وشبكات الكومبيوتر والوسائط المتعددة"[1].
وبحسب ليستر Lester :" الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكومبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو " [2].

1ـ نيكولاس نيغروبونتيNicholas Negroponte مؤسس معمل الإعلام الجديد في ماسوسيتش MIT Media Lab وصاحب مبادرة الكومبيوتر الرخيص التي طرحها في مؤتمر المعلوماتية في تونس.
/ Nicholas Negroponte, Being Digital. Publisher Vintage USA. 1996. p 37
/ Vin Crosbie, 1998 What is New Media? <http://www.digitaldeliverance.com/philosophy/definition/definition.html> Accessed July. 2006

2 ـ سعيد صالح كاتب، الإعلام القديم والإعلام الجديد، هل الصحافة المطبوعة في طريقها الى الانقراض؟، المدينة المنورة للطباعة والنشر، جدة 2002.

ويعرفه قاموس الكومبيوتر Computing Dictionary عبر مدخلين هما :

"إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والأنترنت. وهو يدلك ذلك على استخدام الكومبيوترات الشخصية والنقالة فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويخدم أي نوع من أنواع الكومبيوتر على نحو ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي Digital Convergence إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن أيضا معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كومبيوتر[1].

الصورة المرئية:- تعني كلمة صورة، التصوير، التمثيل، المحاكاة، وهي التي تنقل لنا العالم على شكل صورة إما بطريقة حرفية أو مباشرة، أو بطريقة فنية جمالية، والصورة تلتقط ما له صلة بالواقع أو الممكن أو المستحيل.

- دراسة سامي طايع (2000) عن استخدام الأنترنت في العالم العربي، وذلك تطبيقا على عينة تضم (500) من طلاب الجامعة، وأكدت النتائج أن الأنترنت يعد مصدراً هاما للمعلومات لدى غالبية المستخدمين (91.5%)، واحتلت فئة المعرفة المرتبة الأولى تليها التسلية في المرتبة الثانية لاستخدام الأنترنت (88.7%).

- دراسة إيمان جمعة (2001) وتناولت الدراسة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي، وأكدت أن وسائل الاتصال الحديثة تثير بما تقدمه من خدمات جدلاً واسعاً سواء على المستوى الفردي الضيقMicro أو على المستوى المجتمعي الواسع Macro، وأنتهت الدراسة لارتفاع مستوى الارتباط بين حجم التعرض للوسائل الاتصالية الحديثة وبين مستوى المعرفة السياسية خاصة على مستوى الوعي والفهم والمعرفة الكلية.

- دراسة ماجد بن محمد الماجد حول التحدي الإعلامي مفهومه وسبل مواجهته:- تحدث البحث عن التحدي الإعلامي بوصفه أحد أهم الوسائل التي تتهدد الأمن في بلادنا،

1- ستيف جونز هو رئيس قسم الاتصال بجامعة ايلنوي في شيكاغوUniversity of Illinois – Chicago ومؤلف موسوعة الإعلام الجديدThe Encyclopedia of New Media ورئيس تحرير جمعية الاعلام الجديد New Media & Society.

وبين الباحث مفهومه وأبعاده التي غيرت ثورة الاتصالات الحديثة المشهد الإعلامي والاتصالي العالمي، واتساع مدى تأثير وسائل الإعلام وتعاظمه بشكل لافت حتى غدا سلطة أولى، فاشتدت الحاجة إلى حماية أسس الهوية الثقافية والوطنية الأصلية في مواجهة هذه الآلة الإعلامية الهائلة، وبين أن هذه المهددات الفكرية والإعلامية تجعل من قضية الأمن الفكري الإعلامي ضرورة حتمية ملحة بعد أن اتضح للجميع أن الانحراف الفكري يعد من أهم الدوافع والأسباب للجنوح إلى العنف والإرهاب، وتطرق الباحث لوسائل التحدى الإعلامي وتأثيرها، وتنظيمات الغلو إلى خطورة وأهمية الإعلام المعاصر في عملية تشكيل الوعي أو تغييبه، فبدأت تركز على الإعلام أكثر من أي شيء أخر في ظل التطور السريع والمتنامي لأجهزة الإعلام وتنوع محتواه أو تعدد مضمون رسالتها الإعلامية من خلال الصورة المهربة التي تشكل القسم الأكبر للإعلام المرئي، مما جعلها أكثر قرباً إلى الإنسان وأشد المصادر تأثيراً، ووضح الباحث أن تقنية الاتصال فرضت نفسها بقوة على العصر الذي نعيش فيه بصورة واضحة ومن تلك الوسائل الإذاعة، الصحافة المهاجرة، القنوات الفضائية، شبكة الأنترنت، رسائل الجوال.

- وهناك دراسة تومبسون (Thompson, 2006) التي تحدثت الدراسة عن أخلاقيات المعالجة الرقمية للصور لدى المصورين المحترفين، كما اهتمت بمعرفة اتجاهات المصورين الصحفيين إزاء المعالجة الرقمية للصور.

- وقلة من الدراسات هي التى اهتمت بدراسة جوانب إدارة العمل الإعلامي في ظل المعالجة الرقمية وخاصة فيما يتعلق بالأرشفة الإليكترونية مثل دراسة (Bossen et al, 2006)

- وفي تقرير صدر عن مؤسسة رائدة للدراسات وهي مؤسسة أميركية، حول ثورة المعلومات في الشرق الأوسط، وهي تتألف من مجموعة من التقارير كتبها مختصون تتناول التوجهات الأمنية الآخذة في البروز والتي سوف تشكل منطقة الخليج العربي على مدى السنين القادمة.

وتبحث في الموضوعات التي ستؤثر في الأمن الإقليمي، وهذا يشمل التوقعات المستقبلية في مجالات الإصلاح الاقتصادي والسياسي، العلاقات المدنية - السياسية، تبدل

الأنظمة، أمن الطاقة، انتشار تقنيات المعلومات الجديدة، انتشار أسلحة الدمار الشامل.
ترى الدراسة بأنه قد تطورت بيئة المعلومات والإعلام على مدى العقدين الأخيرين في الشرق الأوسط بشكل واسع وسريع، وقد جاء بعض هذا التطور من خلال منجزات التقدم التكنولوجي الفائق الأخير مثل الأنترنت، في حين جاء جله، وهو الأهم، من خلال تقنيات أقدم عهداً مثل التلفزيون الفضائي وأجهزة التصوير والاستنساخ وآلات الفاكس وأجهزة الفيديوكاسيت، وبذا تهيأت للناس في الشرق الأو سط وسائل وقدرات أعظم بكثير لتبادل الأفكار مما كان متاحاً لهم من قبل.[1]

3 ـ الإطار النظري:

يواجه المنتقلون تحدياً نوعياً في العمل، فالإعلام المكتوب، والإعلام المرئي فنان مختلفان، فالمرئي يعتمد على فن كتابة السيناريو، والوسائل الأخرى مثل الأنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، والمكتوب يعتمد على تفصيل الأحداث والتحليل، والمرئي يحتاج لأدوات متعددة وجهد أكبر ووقت أكبر لإنجاز عمل، والمكتوب يحتاج لأدوات وجهد ووقت أقل.

وبالرغم من التطورات المتلاحقة في عالم صناعة الصورة الإعلامية (المرئي)، فإن معظم المؤسسات الإعلامية لم تسن لنفسها ضوابط عمل محددة، للتعامل مع هذه التطورات، حيث تعمل معظمها بدون موجهات وأدلة تساعد العاملين بها على تعظيم استفادتهم من هذه التقنية الجديدة، ودون أن تأتي على حساب القيم والأخلاقيات والممارسات الإعلامية الواجب الالتزام بها.

وهناك تحديات تقنية أثناء العمل في المرئي، كالتعامل مع أجهزة معقدة، في حين أن الأداة التي يتعامل معها الصحفي المكتوب هي القلم وجهاز الحاسب.[2]

كذلك العمل المرئي يحتاج إلى جهد كبير مضاعف مقارنة بالمكتوب، كما يحتاج إلى التزام دقيق بالوقت، والتواجد ومكان الحدث بشكل ملزم قبل الحدث وبعده، حيث يتطلب الإلمام بكل اللقطات والكلمات والمداخلات، بينما في المكتوبة قد ينجز الصحفي عمله

1 . http://www.startimes.com/f.aspx?t=29724933-

2- أديب خضور، أزمة إعلام أم أزمة أنظمة، دمشق، المكتبة الإعلامية (29)، 2003.

بشكل جيد من دون الحضور في الموعد المخصص.

والصحافة المرئية التي تتعلق بالنت تتطلب صفات خلقية خاصة، كالتحدث اللبق، وسلاسة الكلام والنطق، والوسامة، والصوت القوي، إلا أن التحدى ضيق، وعدم الإطلاع قد يشكل تحدياً كبيراً لصحفيي المرئي. وهناك مهارة صعبة يمكن اكتسابها مع الوقت وهي الكلام والسماع في الوقت نفسه، كما أن صحفيي المرئي ينكشف خطأهم بشكل واضح أمام الجمهور، بينما يتوارى الصحفي المكتوب خلف القلم. وهناك تحد يشترك فيه الصحفي المرئي والمكتوب معاً إلا أنه وبحسب الأرقام يكون الصحفي المكتوب أكثر عرضة له، وهو القتل والاعتداء.

فقد شكلت نسبة الصحافيين المقتولين من الإعلام المكتوب نسبة 50 % مقابل نسبة 39 % للمقتولين من صحفيي الإعلام المرئي وذلك حسب تقرير أعدته لجنة حماية الصحافيين.[1]

ولو تناولنا الأجهزة المرئية أولاً مقارنة مع المكتوب لعرفنا من خلال الدراسات أن هناك فوراق شاسعة بهذا الإعلام المرئي الجديد والقديم.

عندما ظهر التلفزيون في العالم العربي في ستينات وسبعينات القرن الماضي سقط هذا الجهاز في دائرة الوسائل الإعلامية التي ترعاها وتسيطر الدولة عليها، كما دأبت محطات التلفزة على بث أخبار النشاطات التي يقوم بها نظام الدولة لأنه يعتبر الناطق الرسمي باسم الدولة.[2] وعندما تظهر أخبار مهمة وحقيقية لم تكن تلك التلفزيونات لتنقل تلك الأخبار وتقوم في تأجليها حتى تأخذ الإذن رسمياً من هرم الدولة،[3] وقد بدأ التسرّب في النجاح الصحفي إلى التلفزيون، ولو ركزنا على الصورة التلفزيونية التي غزت العقول واستطاعت أن تدخل إلى كل بيت لوجدنا تضاؤلاً في التوجه إلى الصحافة المكتوبة مقارنة مع

1- مجموعة مقالات كتبها Kenny Irby، على موقع معهد Poynter عن الصحافة الأمريكية واهتمامها بصياغة مواثيق شرف تتناول المعالجة الرقمية للصور.

2 - الزعبي، أشرف، (2012)،الدور الاتصالي للمخرج في العمل الدرامي التلفزيوني، دار الحامد للنشر والتوزيع- عمان- الأردن

3 - شاكر عبد الحميد، عصر الصورة، الإيجابيات والسلبيات، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والأداب، الكويت، العدد 311، يناير 2005.

المرئي ومع ذلك أصبح هناك تطور ملموس في الصورة التلفزيونية أو المرئية بكافة أشكالها المتعددة، حيث لعبت الصورة دوراً مهماً في تغير الأحداث وتفاوتت قيمتها، بين الإيجاب والسلب؛ والوسيلة الإعلامية التي كانت في الماضي القريب حكراً على الدولة توجهها بما يخدم أهدافها، لم تعد كذلك اليوم، بل صارت كثيرٌ من الدول الحلقة الأضعف بين المرسلين، الذين يتفاوتون بين جهات تقف خلفها حكومات تدعمها وترسم أهدافها، وبين أشخاص بسطاء لا يملكون سوى المادة التي يقومون بنشرها عبرت لكال وسائل الإعلامية، وهكذا تطورت الاحداث من التلفزيون إلى الأنترنت بنوافذها المتعددة، وتعددت أيضاً مداخل النظر في مفهوم الإعلام الجديد New Media وتطور وسائله في سياقات تاريخية وتكنولوجية مختلفة، فبعض الذين تصدوا للبحث في فكرة الإعلام الجديد مثل بافليك الذي يراه من خلال مدخلي الثورة الرقمية والأنترنت وما يليهما من تطبيقات في الخمسين عاما الماضية، وباحثين آخرين مثل ديفيس Davis وأوين Owen اللذين يريان انطلاقته من خلال مجموعة من الأشكال الإعلامية الجديدة التي غيرت تماما نموذج الإعلام التقليدي كبرامج الحوار التلفزيوني Talk Show والبرامج المتنوعة والحية الموسيقية، وهي برامج غيرت شاشة التلفزيون بشكل انقلابي، وهما لا يغفلان دور التكنولوجيا الرقمية وظهور الأنترنت في بلورة هذا النوع من الإعلام ولكنهما يختلفان مع بقية الباحثين حول تاريخ بدايات حقبة الإعلام الجديد.

باحثون آخرون مثل غيتلمان Gitelman وبنغري Pingree وهما يعودان بالإعلام الجديد إلى مرحلة ظهور التلغراف في حوالي 1740 ويبنيان فكرتهما على مبدأ الحالة الانتقالية للإعلام التي ناقشها مؤتمر بالأسم نفسه Media in Transition Conference عقد بمعهد ماسوشسيتس الامريكي للتكنولوجيا MIT مؤخرا [1].
وقد اعتمدت الدراسة في بنائها النظري على كل من نظرية المجال العام[2]، ونموذجي

1- Paul Martin Lester , California State University. <http://commfaculty.fullerton.edu/lester/curriculum/newmedia.html>Accessed: July. 2006.

2- ركات عبد العزيز محمد: تأثير الأنترنت في التفاعل العائلي (قراءة فيتوجهات البحوث العلمية)،المؤتمر العلمي «الأسرة والإعلام وتحديات العصر» كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 17-15 فبراير 2009.

الاعتماد [1] والتلقي[2]، ونعرض لكل منهما على النحو التالي:

أولا : نظرية المجال العام Public Sphere:

اهتمت العديد من الدراسات والنظريات بتأثيرات وسائل اتصال الجماهيري على الفرد ومستوياته ذا التأثير، وانتهت إلى وصف جمهور وسائل الاتصال بأنه إيجابي

ونشطفى مواجهة محتوى وسائل الاتصال والإعلام، وأصبح الاهتمام بتفسير السلوكالات صالي للفرد هوالاتجاه السائد فى دراسات علاقة الفرد مع وسائل الاتصال، وأوضح Jay G Blumler (1979) أن نشاط الجمهور يتمثل في إمكانية استخدام أجهزة الإعلام كبديل للاتصال الشخصي للحصول على المعلومات، بجانب الاستخدام العمدى لمضامين أجهزة الإعلام، ونظرية المجال العام أحد النظريات التي حاولت دراسة سلوك الفرد المتلقي وعلاقته بالمجتمع، خاصة بعد أن أصبحت العلاقة بين المجتمع المدني والحياة العامة موضوعا رئيسيا للمناقشة في العديد من التخصصات.[3]

ثانيا : مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency:

وهو أحد المداخل التي تشكل علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام حيث تعد درجة اعتماد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام هي الأساس لفهم تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمشاعر والسلوكيات ويؤكد المدخل على أن الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الاتصال يتم لتحقيق الأهداف التالية.

1- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات.

---

1 ـعفاف عبدالله، عبدالرحمن جعفر: تأثير الأنترنت في علاقات الشباب الاجتماعية والأسرية دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية الخرطوم- السودان، المؤتمر العلمى «الأسرة والإعلام وتحديات العصر» كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 17-15 فبراير 2009.

2 ـأميرة إبراهيم النمر : أثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمي للمراهقين ـ دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الإذاعة، 2004.ـ ص 60

3ـ توفيق الطويل، فلسفة الأخلاق : نشأتها وتطورها، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط4، القاهرة، 2006، صص 35 – 36.

2- التوجيه: ويشمل على توجيه السلوك للتعامل مع المواقف جديدة أو الصعبة.
3 ـ التسلية: وتشمل على التسلية المنعزلة مثل الراحة، الاسترخاء والتسلية الجماعية[1]

ثالثا : نموذج التلقي Reception Model:

يقوم الفرض الرئيس لنموذج التلقي على أن الفرد المتلقي للمعلومات في أي موقف يعتمد بشكل أساسي على وسائل الاتصال في استقبال المعلومات، ويتأثر في ذلك بالعديد من العوامل مثل نمط استخدام الوسيلة، نوع المضمون، واهتمامات المتلقي واتفاق المضمون مع اتجاهاته الراهنة، وترتبط عملية التلقي مباشرة بفكرة تكوين المعنى عند الجمهور المتلقي، من خلال التعامل مع النصوص المقروءة والمرئية (Mc willians 2003)[2] وبتحرر التلفزيون من القيود السياسية التي تواجه القنوات الفضائية اتبعت الكثير من الفضائيات أسلوب الاختلاف في المناقشات، وحرية مطلقة للتعبير عن مختلف المواقف والقضايا.[3]

أما الأنترنت فيوضح التقرير أن لدى معظم دول الشرق الأوسط الغنية باستثناء إسرائيل نوعاً من السيطرة الحكومية على شبكة الأنترنت، في حين أن الدول الأقل غنى افتتحت أسواقاً لتسويق خدمة الأنترنت. أما إجراءات منظمة التجارة الخارجية فإنها ستفتتح خدمات الاتصالات في الشارع لأعضائها، وكذلك للأعضاء الطامحين، ويحاول المتنفذون في سوق الأنترنت الوصول إلى خطط فتح أسواق جديدة مع تسارع وتائر الشبكة.[4]

1ـ احمد زايد : المدخل النظري في دراسة القيم، الدوحة، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، 1994، ص52.

2- Rokeach. M,the nature of human values, "A Sociological Theory of Publics: *Identity and Culture as Emergent Properties in Networks." Social Research, Vol. 67, 2000.* p.

3ـ حسن حنفي، عالم الأشياء أم عالم الصور، فصول، مجلة النقد الأدبي، العدد 62، ربيع وصيف، 2003.

4ـ أميرة إبراهيم النمر : أثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمي للمراهقين ــ دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الإذاعة، 2004.ــ ص 60

إن مستوى الرقابة على الأنترنت ليس واضحاً في الكثير من الدول، ففي الوقت الذي تعتمد فيه مصر والأردن دخولاً حراً إلى الشبكة، فإن قطر والمملكة العربية السعودية تفرضان على المستخدمين لها أن يتحولوا إلى مواقع وكيلة عن فتح باقي المواقع بحيث تحدد الدخول إلى المواقع الموضوعية، كما أن محاولات التملص من تلك القيود هي محاولات شائعة جداً.

إن الاطلاع والتجسس على اتصالات الأنترنت ووسائل استخدامه عملية شائعة وسهلة جداً في إدارات تلك الخدمة، وإذا كانت دوائر المخابرات المحلية لها القدرة والرغبة على ذلك فإنها لم تقم به بشكل علني.

أما عن منافسة الإعلام الإلكتروني المطبوع، هناك تحد عالمي في الدول المتقدمة، لكن يغيب أو يختلف هذا التحدي مع الدول العربية خصوصاً، وذلك لمحدودية انتشار استخدام الكمبيوتر عند السكان، حيث إن إجمالي المستخدمين لا يتجاوز 8 % من السكان. [1] فالواقع العالمي يختلف مع الواقع العربي، فاتجاه إيرادات الإعلان تحول شيئاً فشيئاً نحو الإعلام الإلكتروني. حيث نقلت وكالة رويترز بهذا الصدد تقريراً لشركة زينيث أو بتني ميديا''، بأن التوقعات تشير إلى أن حصة الصحف من الإنفاق الإعلاني سوف يتدنى من 8، 29 % بنهاية العام الحالي إلى 3، 29 %، فيما يتوقع أن يقفز حجم الانفاق الإعلاني على الأنترنت إلى 8، 3 % هذه السنة وإلى 4، 4 % بعد سنتين.[2]

أما بالنسبة للتحديات فيمكن تقسيم التحديات المتعلقة بالانتقال من الإعلام المكتوب إلى المرئي إلى قسمين، الأول يتعلق بالجانب الشخصي للأفراد المنتقلين، والثاني يتعلق بالقطاع بوجه عام.

حيث يعد الخوف من الجمهور، أكبر تحد لدى المنتقلين من الصحافة المكتوبة إلى المرئية، ويصف علماء النفس هذا الخوف بأنه الخوف رقم واحد في العالم، فالانتقال

1- أشرف جلال حسن، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالأنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، المؤتمر العلمي السنوي الثالث المؤتمر العلمي السنوي الخامس عشر «الإعلام والأسرة وتحديات العصر»، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009، صص 475- 567.

2- السيد بخيت محمد : استخدام الأنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام،عدد 8، 200، صص 170-89.

من غرف مغلقة في مباني الصحف إلى غرف مفتوحة مباشرة إلى الناس، يشكل رهبة وهاجساً كبيراً، أما عن مدى تقبل الناس للصحفي ومدى اقتناعهم به فيشكل تحدياً آخر.

كما يواجه المنتقلون تحدياً نوعياً في العمل، فالإعلام المكتوب والإعلام المرئي فنان مختلفان فالمرئي يعتمد على فن كتابة السيناريو، والمكتوب يعتمد على تفصيل الأحداث والتحليل، والمرئي يحتاج لأدوات متعددة وجهد أكبر ووقت أكبر لإنجاز عمل، والمكتوب يحتاج لأدوات وجهد ووقت أقل.

وهناك تحديات تقنية أثناء العمل في المرئي، كالتعامل مع أجهزة معقدة، في حين أن الأداة التي يتعامل معها صحفي المكتوب هي القلم وجهاز الحاسب.[1]

والعمل في المرئي يحتاج إلى جهد كبير مضاعف مقارنة بالمكتوب، كما يحتاج إلى إلتزام دقيق بالوقت، والتواجد مكان الحدث بشكل ملزم قبل الحدث وبعده، حيث يتطلب الإلمام بكل اللقطات والكلمات والمداخلات، بينما في المكتوبة قد ينجز الصحفي عمله بشكل جيد من دون الحضور في الموعد المخصص.

ويهدف رصد التطورات الحادثة في مجال صناعة الصورة الإعلامية الرقمية، وأبرز ملامح ثقافتها وتأثيراتها، وأبرز التقنيات التي تستخدمها، وتحليل الظواهر المرتبطة بتأثير المعالجة الرقمية للصور على العمل الإعلامي، وأبرز الممارسات الإعلامية ذات الطابع الأخلاقي السائدة في هذا المجال، وردود الفعل التي أثارتها، وأبرز الحالات الإعلامية التي ظهرت جراء تطبيق المعالجة الرقمية على الصور، وبيان الأبعاد الأخلاقية المرتبطة بها، مع تقييم للتصورات الإعلامية المتعلقة بكيفية التعامل مع هذا الشكل الجديد من المعالجة للصورة، وخاصة تقييم مواثيق الشرف الصحفية التي اهتمت بالتطرق لهذا الموضوع، ومحاولة وضع تصور أخلاقي محدد لكيفية التعاطي مع هذه الظاهرة الجديدة.

4 ـ نوع الدراسة ومنهجها :

تنتمي هذه الدراسة إلى مجال الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف المواقف والظواهر والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها تطبيقا على علاقة الإعلام المرئي

1- إيمان جمعة: التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي – المؤتمر العلمي السنوي السابع، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو 2001.

والمكتوب بوسائط الإعلام الجديد المتعلقة بالصورة وتأثير ذلك على المجتمع الجماهيري، في ظل التأثر بوسائل الإعلام الجديدة New Media، وتستند الدراسة إلى منهج المسح الذي يعرف بأنه أحد الأساليب المتعلقة بجمع المعلومات عن سلوكيات الأفراد وعلاقتهم بوسائل الإعلام المرئي الجديد المختلفة.

ويعتمد البحث في بنائه الأساسي على ما يلي :

1 - نظرية المجال العام Public Sphere

2 - نموذج التلقي Reception Model

3 - مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في كافة شرائح المجتمع بمختلف الأعمار، وتتمثل عينة البحث في عينة عشوائية متعددة المراحل، قوامها 300 مفردة من المجتمع الأردني على النحو التالي:

الفئات	المجموع
الذكور	150
الإناث	150
الاجمالي	300

أدوات جمع البيانات:-يعتمد البحث في جمع البيانات على الأدوات البحثية التالية:

أ – أداة المسح الميداني Questionnaire وذلك من خلال تصميم استمارة استقصاء تم تطبيقها على عينة البحث بعد عرضها على عدد من المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة.

ب- مجموعات النقاش المركزة Focus Groups :

مجموعات النقاش المركزة: حيث تم إجراء جلسات نقاش بحثية في أماكن مختلفة[1]،

1- تمثلت الأماكن المختلفة وجلسات العصف الذهني في التلفزيون الأردني، جامعة الزرقاء الأهلية، نقابة الفنانين الأردنيين، مقاهي النت المنتشرة -

تضمنت كل جلسة مجموعة من (12) فرد بها نفس خصائص مجموعة البحث وبواقع نسبة ممثلة لإجمالي العينة (10%)، وتم إدارة الجلسة باستخدام أسلوب المناقشة والعصف الذهني في كل جلسة بهدف تقديم نتائج تساعد في رصد واقع تأثير وسائل الإعلام الجديد على منظومة التأثير والتأثر لديهم بهدف تقديم نتائج تساعد في تفسير النتائج الكمية للبحث، للبرامج المتنوعة وتحليل مضمون الصورة مقارنة بالمكتوب، اطلاعهم على الصحافة الإلكترونية من خلال النت المقترنة بالصورة ومقارنتها بالصحافة المكتوبة، ومتابعة الأنترنت المشبعة بتأثير الصورة والتأثر بها.

متغيرات الدراسة :

المتغير المستقل : شبكات التواصل الاجتماعي.

المتغير التابع : التأثير والتأثر بالصورة مقارنة بالمكتوب.

المتغيرات الوسيطة : دوافع التعرض، نوع التعرض، معدل الثقة، والمتغيرات الديموغرافية (النوع – العمر - الدراسة)

5 - نتائج الدراسة ومناقشتها:

أولا : النتائج العامة للدراسة المسحية:

1- خصائص عينة الدراسة:-

جدول (1)

خصائص عينة الدراسة

المتغيرات	الفئات	إجمالي العينة		الترتيب
		التكرار	%	
النوع	ذكور	150	50	-
	إناث	150	50	-
الوظيفة	طالب	181.5	60.50	1
	موظف إعلامي	179	29.83	2
	لا يعمل	58	9.67	3

التعليم	متوسط الثقافة	25	4.17	3
	فوق المتوسط	27	4.50	4
	جامعي	229	76.33	1
	دراسات عليا	90	15	2
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	46	7.67	3
	متوسط	221	73.83	1
	عالٍ	111	18.50	2
السن	من 18 إلى أقل من 23 سنة	207	34.50	2
	من 23 إلى أقل من 28 سنة.	264	44	1
	من 28 إلى 35 سنة.	129	21.50	3

يعرض الجدول السابق لخصائص العينة حيث تساوت نسبة توزيع العينة وفق المعيار النوع، وفيما يختص بمتغير الوظيفة/إعلامي فقد احتلت فئة طالب المركز الأول بنسبة 60.5%،

وبالنسبة لمتغير التعليم تبين حصول76.33% من العينةعلى مؤهل عالٍ (جامعي) واحتلت الفئة العمرية من (من23 إلى اقل من28 سنة) المركز الأول بنسبة 44%.

2- كثافة استخدام الأنترنت:

جدول (2)

توزيع العينة وفقا لعدد أيام استخدام شبكة الأنترنت للصحافة الإلكترونية أسبوعيا

الفترة الزمنية	الإجابة		الترتيب
	ك	%	
يوميا	227	75.83	1
من 4- 6 أيام	33	10.83	3
من يومين - 3 أيام	0	0	4
يوم واحد	0	0	4
وفقا للظروف	40	13.33	2
المجموع	300	100	--

وفى إطار السعي لفهم علاقة عينة الدراسة من الشباب بشبكة الأنترنت كوسيلة اتصالية مرئية، تكشف بيانات الجدول السابق عن كثافة استخدام العينة للأنترنت (أسبوعيا)، بداية أكد ذلك 75.83 % من إجمالي العينة أنهم يستخدمون الأنترنت يوميا، ويلي ذلك فئة (وفقا للظروف)، (من4- 6 أيام)، وبنسبة 13.33 %، 10.83 % على التوالي، ولم تحصل فئة (يوم واحد) أو (3-2أيام)على أي تكرارات.

3- مكان التواصل عبر الأنترنت:

جدول (3)

توزيع العينة وفقا لمكان استخدام شبكة الأنترنت

مكان الاستخدام	الإجابة		الترتيب
	ك	%	
المنزل	91	30.33	2
العمل	57	19	3
الهاتف المحمول	152	50.67	1
مقهى أنترنت	0	0	4
أخرى تذكر	0	0	4
المجموع	300	100	--

يعرض الجدول السابق لتوزيع العينة وفقا للمكان الأكثر استخدام الشبكة الأنترنت باعتبارها الوسيلة الأكثر انتشاراً حيث أكد50.67% على استخدام الهاتف المحمول كوسيلة اتصال بالأنترنت.

4-استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:-

جدول (4)

توزيع العينة وفقا لمعدل استخدام الإعلام المرني

مدى الاستخدام	المجموع		الترتيب
	ك	%	
نعم بانتظام	130	86.33	1
أحيانا	20	13.67	2
نادرا	-	-	3
لا أستخدمها	-	-	3
المجموع	300	100	

تشير بيانات الجدول السابق إلى تأكيد معظم العينة بنسبة86.33% أنهم يستخدمون الإعلام المرئي في أشكاله المتعددة بانتظام.

5-أنواع شبكات التواصل الاجتماعية:-

جدول (5)

توزيع العينة وفقا لنوع شبكات التواصل الاجتماعية التي تستخدمها في التواصل

الشبكات الاجتماعية	بدرجة عالية		بدرجة متوسطة		لا أستخدمها		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
- الفيس بوك .Face Book	190	63.50	91	30.17	19	6.33	300	100
المحمول (واتس آب)	157.5	52.50	95	31.67	47.5	15.83	300	100
اليوتيوب	0		0	0	300	100	300	100
- السينما.	0		0	0	300	100	300	100
- التلفزيون	43	14.33	155	51.67	152	34	300	100
أخرى.............	0	0	0	0	300	100	300	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها عينة البحث، وقد احتلت شبكة الفيسبوك Face Book. المركز الأول في الاستخدام (بدرجة كبيرة) بنسبة63.50 %، بينما احتلت المرتبة الثانية الهاتف المحمول الذي يمتاز بمزايا عديدة بنسبة **2.5**، التلفزيون بنسبة 14.33 % .

مدى الثقة في صدق المواقع الإخبارية:

جدول (6)

توزيع العينة وفقا لمعدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي

الشبكات الاجتماعية	أثق بدرجة عالية		أثق بدرجة متوسطة		لا أثق		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
- الفيس بوك Face Book.	16	5	187	62.33	97	32.34	300	100
- التويتر Twitter.	57.5	19.16	106	35.33	136.5	45.5	300	100
- الصحافة الإلكترونية	0	0	131	21.83	469	78.17	300	100
- التلفزيون	0	0	62.5	20.83	237.5	79.16	300	100

تؤكد نتائج العديد من الأبحاث أن متغير الثقة يعد من العوامل الأساسية في ارتباط المتلقي بالوسيلة الاتصالية، وتشير بيانات الجدول السابق إلى معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفضة للغاية، وقد احتلت التويترTwitter المركز الأول تليها شبكة الفيسبوك Face Book، ولكن بنسبة 5 % فقط، وتراجع معدل الثقة في شبكتي – الصحافة الإلكترونية، - التلفزيون للمركز الأخير وبنسبة 0 %، ولعل ذلك يؤكد أن المتلقي قد يستخدم ويعتمد على مصادر اتصالية لا يثق بها إلا أنها تقدم له مساحة أكبر من الخصوصية والحرية في التعبير.

الخلاصة :

من الضروري الانتباه لخطورة تأثير وسائل الإعلام الإلكترونية واعتمادها الكلي على الصورة بإجراء المزيد من الأبحاث، خاصة وأن التوقعات المستقبلية في ضوء النتائج العامة لهذه الدراسة، وكذلك اختبار فروضها تؤكد استمرار استخدامها والاعتماد عليها في ظل العولمة التي يعيشها العالم.

من خلال النتائج المبينة يتضح لنا أن جميع مكونات شبكات التواصل الاجتماعي تحتوي على الصورة التي تحمل طياتها التأثير القوي للصورة، من اعتبار الرؤية أقوى الحواس البشرية التي يتمتع بها البشر، إذ تزود الفرد بما يصل إلى 80% من المعارف التي يتحصل بها، بينما تتشارك الحواس الأخرى في النسبة المتبقية، فضلاً عن كون الصورة أكثر قدرة على ترجمة المشاعر والأحاسيس، وملامسة العواطف والمشاعر والأفكار، والاستحواذ على الانتباه، كما تتفرد بمزايا عديدة في الإقناع، والاستثار، والاندهاش، وسهولة الاستيعاب بشكل فوري وسريع من قبل أي فرد.

ومن ناحية أخرى، لم يؤدِّ كثرة الصور وتراكمها إلى فهم كل ما جري، وكيف تم؟ ولماذا تم؟ فضلاً عن أن اللهاث وراء الصورة مما أدى لزيادة هيمنة ثقافة المظهر والشكل والإبهار على حساب ثقافة الجوهر والقيمة والعمق، وخلق ما يعرف بثقافة التكرار، والتركيز على الترفيه، وتفضيل الفردي والعولمي، وتعميق الصور النمطية، حتى أن البعض يخشى من أن يؤدي طغيان الصور إلى أن تحل محل الكلمات، وإلى تراجع القراءة لمصلحة المشاهدة.

لكن من ناحية أخرى يمكن رصد عدة إيجابيات للصورة بصفة عامة، من بينها مكانتها في تسجيل الأحداث والوقائع، وحفظ التاريخ وأرشفته بشكل مرئي.

ومن الجوانب السلبية للصور أيضًا زيادة إمكانية استخدام الصور لتزييف الوعي وإخفاء الحقيقة، والإعلاء من قيمة السطحي والمؤقت والعابر على حساب الحقيقي والجوهري والثابت، وزيادة إمكانية تحويلها إلى كائن سلبي مستقبل ومستهلك للصور، ومما يساعد على ذلك قيام بعض المؤسسات التي تقف وراء صناعة الصورة بتقديم صور زائفة للواقع، وخلق حالة من الهروب من المعرفة، وزرع حالة من الإدمان على تلقي المعرفة عبر الصور، وقد تزايدت هذه المظاهر السلبية للصور، مع ظهور ما

يعرف بجرائم الصور، كالسرقة والتزوير والقتل والصور الزائفة واستدراج الضحايا عبر الصور.

التوصيات:

- دعم التوعية الأسرية والإعلامية بالمخاطر الاجتماعية والأخلاقية الناجمة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومشاركة الأسرة للأبناء في بيان أهمية استخدام الأنترنت وتحديد إيجابياته وسلبياته.
- توعية المتلقي بضرورة التاكد من الصور التي يشاهدها من قبل بعض القنوات الفضائية وتأثير بعضها السلبي الواضح على أفراد المجتمع.
- إيجاد مواثيق شرف فيما يتعلق بضوابط المعالجة الرقمية للصور، وخاصة الصحف والمؤسسات الإعلامية الكبرى.
- ضبط حالات الانتهاكات الأخلاقية المتعلقة بتوظيف الصور لتحقيق أهداف مختلفة في ظل التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الاتصال الرقمي، وتطور برمجيات المعالجة الرقمية للصور.
- إعادة تأهيل الصحفيين في مجالال تعامل مع الصور، والعمل على زيادة وعيهم بمواطن الوقوع في الأخطاء.
- عمل ورشات نقاشية إعلامية أكاديمية جادة للوصول لمواثيق شرف محددة تتناول المعالجة الرقمية للصور.

الهوامش:

1 ـ شريف درويش، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2001.

2-Aaron Quinn ،Accepting manipulation ,what's Acceptable ,Retrieved from the net ,- http://crpit.com /confpapers /CRPITV37 Quinn. Pdf ,in March 2007.

3- /Nicholas Negroponte ,Being Digital. Publisher Vintage USA. 1996. p 37/ Vin Crosbie1998, What is New Media? <http://www.digitaldeliverance.com/ philosophy/definition/definition.html> Accessed July. 2006-

4 ـ سعيد صالح كاتب، الإعلام القديم والإعلام الجديد، هل الصحافة المطبوعة في طريقها الى الانقراض؟، المدينة المنورة للطباعة والنشر، جدة 2002.

أنظر: محمد الهاجري، منتدى الإعلام العربي، دبي 2007.

5 University of Illinois –□

Chicago ومؤلف موسوعة الإعلام الجديدThe Encyclopedia of New Media ورئيس تحرير جمعية الإعلام الجديدNew Media & Society.

http://www.startimes.com/f.aspx?t=29724933

6 ـ أديب خضور، أزمة إعلام أم أزمة أنظمة، دمشق، المكتبة الإعلامية (29)، 2003.

7 ـ مجموعة مقالات كتبها Kenny Irby، على موقع معهد Poynter عن الصحافة الأمريكية واهتمامها بصياغة مواثيق شرف تتناول المعالجة الرقمية للصور.

8 ـ أشرف الزعبي، (2012)،الدور الاتصالي للمخرج في العمل الدرامي التلفزيوني، دار الحامد للنشر والتوزيع. عمان. الأردن

9 ـ شاكر عبد الحميد، عصر الصورة، الايجابيات والسلبيات، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 311، يناير 2005.

10- Paul Martin Lester, California State University - http://commfaculty. fullerton.edu/lester/curriculum/newmedia.html.Accessed, July, 2006.

11ـ بركات عبد العزيز محمد: تأثير الأنترنت في التفاعل العائلي (قراءة في توجهات البحوث العلمية)، المؤتمر العلمى "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" كلية الإعلام،جامعة القاهرة، 17-15 فبراير 2009.

12- عفاف عبدالله، عبد الرحمن جعفر: تأثير الأنترنت في علاقات الشباب الاجتماعية والأسرية دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية الخرطوم- السودان، المؤتمر العلمى "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 17-15 فبراير 2009.

13- أميرة إبراهيم النمر اثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمي للمراهقين - دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الإذاعة، 2004.- ص 60.

14- توفيق الطويل، فلسفة الأخلاق : نشأتها وتطورها، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط 4، القاهرة، 2006، صص 35 - 36.

15 - احمد زايد المدخل النظري في دراسة القيم، الدوحة، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، 1994، ص52.

16-Rokeach. M ،the nature of human values ، "A Sociological Theory of Publics: *Identity and Culture as- Emergent Properties in Networks." Social Research ,Vol. 672000,.*

17- حسن حنفي، عالم الأشياء أم عالم الصور، فصول، مجلة النقد الأدبي، العدد 62، ربيع وصيف، 2003.

18 - أشرف الزعبي، (2014) تأثير المخرج على المتلقي من خلال الصورة الدرامية في المسلسلات والافلام الأردنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجنان، طرابلس، لبنان.

19- أميرة إبراهيم النمر، اثر التعرض للقنوات الفضائية على النسق القيمي للمراهقين – دراسة تطبيقية،رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم الإذاعة، 2004.– ص 60

20- أشرف جلال حسن، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالأنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية ، المؤتمر العلمي السنوي الثالث المؤتمر العلمي السنوي الخامس عشر «الإعلام والأسرة وتحديات العصر»، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009، 475 - 567.

21- السيد بخيت محمد، استخدام الأنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام،عدد 8، 200، صص 89 - 170.

22- إيمان جمعة؛ التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي – المؤتمر العلمي السنوي السابع، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو 2001.

تجربة البحث العلمي في علوم الاتصال والإعلام

ما بين جدلية الإشكالية ومعوقات

التطبيق في العالم العربي

د. خلود محمد خميس
مركز الدراسات الاستراتيجية والدولية/جامعة بغداد

تمهيد

يعد البحث العلمي من أهم الأسس والمرتكزات التي تستند عليها الدراسات الإنسانية، التاريخية والإعلام والعلوم السياسية وغيرها من العلوم الإنسانية الأخرى، فالتجربة البحثية لكل باحث لها العديد من المميزات التي تميز كل باحث عن الآخر في مجال بحثه واستقصائه للمجال الذي يقوم بالبحث فيه والحصول على النتائج المتوخاة من البحث العلمي.

وهذا يعني أن الخلفية الفكرية لكل إنسان هي التي تتحكم بأحكامه والأحكام لا تكون صحيحة إلا إذا كانت مبنية على خلفية منطقية وعدم وجود هذه الخلفية المنهجية المنطقية (المنهج العلمي) عند بعض الناس (بعض الباحثين) تنفي عن أحكامهم صفة الصحة وهذه الأحكام غير الصحيحة تدل على الجهل بالمنطق والمنهج الفلسفي العلمي ولا تدل على نسبية المعرفة بل تدل على الجهل والخطأ في أحكام هولاء الناس.[1]

كما أن البحث العلمي هو في الأصل مجموعة الجهود المنظمة التي يقوم بها الإنسان مستخدما الأسلوب العلمي وقواعد الطرق العلمية بهدف الوصول إلى حلول لمختلف المشكلات التي تواجه الفرد أو المجتمع.[2] وعلى هذا الأساس يمكن القول إن البحث

العلمي يعد أحد العوامل الرئيسة والأساسية للتنمية الشاملة وما يتم مشاهدته اليوم من تفاوت في التقدم العلمي والتكنولوجي فإنما يرجع أساساً إلى تفاوت اهتمام هذه الدول ورعايتها للبحث العلمي.

بينما يرى آخرون أن البحث العلمي هو عبارة عن محاولة ذهنية لحل مشكلة معينة ويكون الهدف الذي يسعى إليه هو الوصول إلى الحقيقة أو تحري الحقيقة. ونضيف أيضا بأن البحث العلمي هو نشاط علمي إنساني يمد العالم بمعلومات منظمة والكشف عن حقائق جديدة يضيفها إلى الكم الهائل الموجود من المعارف وهذا بالتالي يعني أن البحث العلمي يهدف إلى حل المشكلات التي تواجه المجتمع بأبعادها المختلفة.

وهذا بالتالي يعني أنه قبل قيام الباحث بأي تحليل عليه أن يفهم جزئية الحادث واستنباط مدلولاته أو أصوله الذاتية وأصوله العرضية لكي يتم التمكن من تحليله وفهم طبيعته.

حيث يقول ابن خلدون (إن الفكر الإنساني يكون بداية لمعرفة يطلبها الإنسان أو علما لم يكن حاصلا من قبل، فالفكر الإنساني عندما يتوجه إلى المطلوب وقد تصور طرفيه ويروم نفيه أو إثباته يلوح له الوسط الذي يجمع بينهما أسرع من لمح البصر إن كان واحدا وينتقل إلى تحصيل وسط آخر ان كان متعددا.)[3]

ومن هنا فإن الفكرة التي تنطلق منها الورقة تتجسد بإشكالية رئيسة وهي :هل هنالك علاقة ما بين الإشكالية التي توضع للبحث وإمكانية تطبيقه ؟ وهل توجد معوقات تقف أمام تطبيق نتائج البحث العلمي؟

وأخرى متصلة بها وهي: وكيف يتم التعامل مع نتائج البحث العلمي النظري الخاص بعلوم الاتصال والإعلام، سيما وأن هذه العلوم تلعب دورا متميزا في الرأي العام الشعبي أحزاباً ومؤسسات ومنظمات مجتمع مدني؟

لا بد من القول إن فكرة تكنولوجيا الاتصال كانت باعتبارها أداة لتعزيز المسار والممارسة السياسية حيث تعقب دوما الابتكارات التكنولوجية التي يتم التوصل إليها، ففي القرن التاسع عشر رأى أنصار فلسفة (سان ريمون) في التلغراف وسيلة لتواصل عالمي بين الشرق والغرب وتطورت النظرة إلى الآثار التي تنتجها وسائل الإعلام بتطور النظريات، انطلاقا من ظهور نظرية الثقافة ووسائل الإعلام الجماهيرية

ووصولا إلى اتجاهات نظرية معاصرة، حيث أشار العديد من الباحثين منذ سنوات السبعينات إلى أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تدعم الديمقراطية بشكل إيجابي كما شدد آخرون خلال سنوات الثمانينات على دورها في دفع الأنظمة الديمقراطية نحو مزيد من التداول والمشاركة المباشر للمواطنين في الحياة السياسية.[4]

فلقد فرضت الرابطة القوية بين السياسة والإعلام نفسها على الكتابات السياسية مثلما فعلت مع الكتابات الإعلامية حيث يولي المتخصصون بالعلوم السياسية اهتماماً كبيراً للمكونات الإعلامية بل وللنسق الاتصالي والإعلامي وتأثيره في العمليات السياسية سواء كان ذلك على المستوى الداخلي أو على المستوى الخارجي كما يعزز دارسو علوم الإعلام والاتصال إلى أثر النسق السياسي دوراً كبيراً في تقرير العمليات الإعلامية وفاعليتها.[5]

فالإشكالية التي يضعها الباحث في مجال العلوم الإنسانية يجب أن تستند على أسس ومرتكزات وبراهين لأجل أن توضع الإشكالية والتي تتضمن التساؤلات والتي توضع لها الافتراضات والرؤى الآنية والمستقبلية لأجل التوصل من خلال النتائج إلى إثبات خمسين بالمائة على الأقل منها. فالباحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال يجب أن يكون دقيقا في وضع إشكالية بحثه والدراسة التي يريد البحث والتحليل فيها، بمعنى يجب أن تعتمد دراسته على ظاهرة في بداياتها الأولى أو مراحلها الأولية ثم تصبح عملية إثباتها من خلال الواقع الذي سوف تتطور فيه الظاهرة قيد الدراسة.

وهنا فإن التساؤل الذي يطرح نفسه، ما حجم نسبية العلاقة بين الإشكالية التي توضع للبحث العلمي ونسبة تطبيق النتائج التي يتم التوصل إليها من خلال معالجة محاور البحث العلمي وحجم المعوقات التي تواجه صاحب القرار في تنفيذ النتائج التي تم التوصل إليها؟ فالدراسات الإنسانية وخاصة في مجال الإعلام والاتصال تكون مادة التعامل فيها مادية بشرية بحتة حيث إن التعامل وتوجيه الخطاب السياسي والاجتماعي تجاه البشر وليس باتجاه مواد كيمياوية في معامل مغلقة وأدوات مختبرية صماء.

وهنا نجد قوة العلاقة بين الإعلام والسياسة والتي قويت وتطورت مع التطورات التكنولوجية الحديثة، حتى أصبحت السياسة بمثابة القلب من الإعلام والعكس صحيح. وهذا يعني بوجود علاقة إيجابية بين مستويين هما النسق السياسي والنسق الإعلامي.

ويمكن أن نأخذ المثال على ذلك المدونات السياسية والتي وصلت في المنطقة العربية إلى 4360 مدونة للأخبار السياسية[6]، وأهميتها تأتي من أنها تمكن من معرفة مدى تأثير الأنترنيت وبصفة عامة وسائل الإعلام الجديدة (لأن المدونات قد تتضمن مقاطع فيديو رقمي، صورا رقمية)على طريق ممارسة السياسة، ففي الوطن العربي تقدم المدونات الإلكترونية جزءا من الخطاب العام وتحليله يساعد على كشف جزء من الأسئلة المتعلقة بالمنطقة وحياتها السياسية وتسمح أيضا بفهم تجليات الخطاب على الأنترنيت وفي العالم الواقعي للنشاط السياسي والحركات الاجتماعية والنزاعات لأن المدونات يمكن أن تستعمل أيضا لتعبئة الأفراد بالإضافة إلى وظيفتها الإخبارية والتواصلية.

وهنا تكون النتائج بحجم الاستيعاب للمؤثر الإعلامي والاتصالي لملايين الناس ذوي الأذواق والاتجاهات المختلفة إيدلوجيا وأثنيا ولغويا وجغرافيا بل وحتى مناخيا، فالشخص الذي يعيش في الشمال وبدرجة برودة معينة يختلف عن الشخص الذي يعيش في المناطق الحارة والجافة، كما تختلف درجة التأثير الاتصالي والإعلامي بحسب التكنولوجيا التي يمتلكها الشخص فنسبة التاثير قد تصل إلى 70% لمن يمتلك الوسائل التكنولوجية المتطورة، بينما تصل النسبة إلى 30% للشخص الذي يمتلك الوسائل العادية.

إذن فإن معوقات تطبيق نتائج البحث العلمي الإنساني تكون مرتبطة بعدد من الجوانب ومنها:

1- الإنسان باعتباره المستقبل للمؤثر الإعلامي أي الخطاب الإعلامي والاتصالي.

2- مستوى التطور التكنولوجي الذي يحيط بالشخص.

3- البيئة المحيطة بالشخص ومدى تأثيرها على الشخص الموجود فيها (العائلة، المدرسة، الشارع، العلاقات الاجتماعية).

4- النظام السياسي للدولة التي يعيش فيها الشخص هل هو نظام تسلطي أم ديمقراطي.

وبالتالي فإن الباحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال يجب أن يأخذ بالاعتبار كافة تلك الجوانب حين يقوم بوضع إشكالية بحثه لأجل لكي أن تتناسب مع النتائج وبالتالي إمكانية تطبيق تلك النتائج على ارض الواقع.

فلقد عرف انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة في الوطن العربي خلال

السنوات الأخيرة طفرة مهمة إلا أن تعزيز ذلك الانتشار ليشمل جميع شرائح المجتمعات العربية ربما تعد رهانا جوهريا لتفعيل مساهمتها في تطوير الممارسة السياسية للفاعلين كافة ولتحقيق الانتقال إلى مجتمع المعرفة، حيث يعد الأنترنيت أحد المؤشرات القوية لقياس حرية تكنولوجيا المعرفة والاتصال الجديدة في الوطن العربي، ففي هذا الصدد يشير تقرير «مراسلون بلا حدود» لعام 2009 إلى أن من بين البلدان ال 12 في العالم التي صنفتها هذه المنظمة بأنها عدوة الأنترنيت نجد أربعة بلدان عربية (العربية السعودية، مصر، سورية، تونس) والتصنيف هذا يقوم على مدى فرض الرقابة على المعلومات على الشبكة وعلى معاقبة مستعمليها وتأخذ الرقابة التي تمارسها الحكومات الأشكال التالية [7]:

1- تقييد الشبكات وفرض التسجيل كأحد شروط الانخراط فيها.

2- تقييد المحتويات من خلال تقنية الترشيح وتصفية المعلومات.

3- التهديد بالاعتقال أو بالسجن لمن يلج معلومات غير مرخص لها أو لمن يستعمل شبكات الأنترنيت للتنظيم السياسي المحظور أو التعبئة السياسية الممنوعة.

وهذا يعني أن حرية الصحافة مضمونة فقط لمن يمتلك الوسيلة الإعلامية ويتحكم بها، فالسلطة في وطننا العربي تحتكر السياسة أو العمل السياسي عمليا وما تواجد الأحزاب والمنظمات والاتحادات التي تتعاطى الشأن السياسي في معظم الدول إن وجدت إلا تعبير عن حراك نادر ما تسمح به السلطة ويبقى مهمشا في أغلب الأحيان. [8]

وهنا يتوجب أن نأخذ أمثلة على الواقع العربي، ولا سيما ما شهدناه بعد عام 2011 من موجة التغيير العربي، فالعديد من التحليلات الإعلامية والسياسية وضعت الجانب الإعلامي في الصدارة لأحداث التغيير في المنطقة العربية، خصوصا الخطوات الأولى للتغيير بدأت بوسائل إعلامية كالأنترنيت والصحف والقنوات الفضائية الإعلامية والسياسية، لا سيما وأن العديد من المقالات التي كتبت والندوات التي بثت والكتب التي نشرت عالجت أسباب التغيير وتداعيات التغيير بل وحتى ناقشت وطرحت الرؤى المستقبلية ما بعد مرحلة التغيير في المنطقة العربية وهنا نجد أن مثل هذه الكتابات والمعالجات استطاع الباحث في هذا المجال الربط بين الإشكالية والجدلية، فوجه خطابا إعلاميا سياسيا في الوقت نفسه لأجل إيصال أفكاره إلى القاعدة الشعبية التي يرغب

بإيصال أفكاره إليهم، وكذلك لأجل الكسب المادي بالنسبة للصحيفة التي يعمل بها أو القناة الفضائية التي ينتسب إليها.

وهنا نستطيع القول بوجود علاقة نسبية وسببية في الوقت نفسه بين الإشكالية ومجال التطبيق للبحث العلمي الإنساني في مجال الاتصال والإعلام وكذلك العلوم السياسية، وهنا لا بد من وجود الدقة في وضع الإشكالية لهذه الأبحاث العلمية لانها تكون موجهة وبشكل مباشر لعموم الناس مثقفين وغير مثقفين وبالتالي فإن تداعياتها على أرض الواقع لها العديد من النتائج السلبية والإيجابية في الوقت نفسه.

وهذا يعني أن وسائل الإعلام أدت دورا مهما في الحياة العامة للمجتمعات على جميع الأصعدة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية لاعتمادها كواسطة وأداة للربط بين متطلبات الجمهور والمعنيين بإدارة شؤون الحياة في المجتمعات حيث يبرز الجانب السياسي في هذا الجانب بشكل واضح حيث تشكل وسائل الإعلام الرابط بين وجهات نظر وأفكار السياسيين لنقلها إلى الجمهور بالمقابل تضطلع هذه الوسائل بأدوار مهمة قد تكون متباينة بين مجتمع وآخر في مجال الرقابة على أداء السياسيين والكشف عن أية خروقات قد يمارسها هولاء تجاه المجتمع.[9]

حيث يفهم من الاتصال هنا هو وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية واستطلاعات الرأي التي تمكن المواطنين من امتلاك عناصر الاقتدار وفهم الحقائق الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية المعقدة وتمكنهم من تقييم محصلات مختلف السياسات العامة وهكذا تعمل وسائل الإعلام المختلفة وآليات استطلاعات الرأي على متابعة أنشطة الفاعلين السياسيين المنتخبين والدفع إليهم بطلبات الجماهير للاستجابة لها بشكل متسارع.[10] وهذا يعني أن وسائل الإعلام تسعى للعمل مع الفاعلين اللآخرين إلى إيجاد القضية وتهويلها وجلب الاهتمام إليها والضغط على الحكومة للقيام بعمل ما لمعالجتها والاستجابة لها فضلا عن عملها على إيجاد الأخبار وحشد الرأي العام حولها لتأخذ طابعا عموميا يمكنها من دخول مأمورية صناع السياسة.[11]

وبالنتيجة هنالك ضرورة اتصاف الباحث العلمي بروح النقد والنقد الذاتي لأن تلقي النقد سوف لا يضعف من عمله البحثي بل سيتفادى العديد من الأخطاء التي ربما يقع فيها الباحث في العلوم الإنسانية ولا سيما مجال المعالجة والدراسة كالإعلام والاتصال

والعلوم السياسية. وهذا يعني هنالك حاجة ملحة لتبسيط نتائج البحوث والتقليل من أحجامها حتى تصبح أكثر فائدة للعاملين في مجال الإعلام، حيث تبينت ندرة الاستفادة من الدراسات الأكاديمية التي تظل حبيسة أدراج المكاتب ورفوف المكتبات كما ان البحوث التي تجريها المؤسسات الإعلامية لا يعرف الممارسون الكثير عن نتائجها وتظل الاستفادة منها محدودة في تطوير الأداء الإعلامي.[12].

ومن هنا يتوجب علينا كباحثين عرب ان تكون لنا رؤيانا المستقبلية لكافة المواضيع التي تطرح في كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والفنية والسياسية والعسكرية دون الاعتماد على جانب واحد في التحليل والبحث والاستقصاء.

الهوامش والمراجع:

1- هاني يحيى نصري، منهج البحث العلمي، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة 2004، ص41.

2 - بدر سعيد علي الاغبري، واقع البحث العلمي في الجمهورية اليمنية المستقبل العربي، العدد 299 كانون الثاني 2004، ص114.

3- عبد المجيد العركي، من مفاتيح مقدمة ابن خلدون، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 356 في تشرين الأول/2008. ص59.

4- محمد بنهلال، الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية :تحليل لأهم النظريات والاتجاهات العالمية والعربية، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 396، شباط، 2012، ص7.

5- محمد شلبي، تبادل الفرص والقيود بين السياسة والإعلام واثره في العملية السياسية، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 390، آب 2011، ص27

6- محمد بنهلال، مصدر سبق ذكره، ص30.

7- محمد بنهلال، المصدر السابق نفسه، ص37- 38.

8- منذر سليمان، الإعلام - السلطة - المال: مثلث النفوذ وخطاب الصورة، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 383، كانون الثاني 2011، ص54

9- عبد القادر صالح الحديثي، الخصائص الاتصالية لوسائل الإعلام وعلاقتها بالسياسة والانتخابات، مجلة البصيرة، بغداد، نوفمبر 2012، ص150.

10- محمد شلبي، مصدر سبق ذكره، ص31.

11- المصدر السابق نفسه، ص35.

12- عبد القادر صالح معروف، التخطيط الإعلامي وصعوباته في الدول النامية، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحد العربية، بيروت، العدد 369، تشرين الثاني، 2009، ص66

II - تجارب بحثية عربية

التوفيق بين التربية الإعلامية النقدية والتربية الإعلامية الرقمية
في المناهج العربية من خلال الربط الفعال بين النقدية والرقمية

د. جاد ملكي
الجامعة الأميركية في بيروت/ لبنان

تمهيد

لطالما أثارت مسألة تضمين مهارات الإنتاج الإعلامي،-والمُشار إليها هنا بالمهارات الرقمية، في التربية الإعلامية، جدلاً كبيراً. وقد ذكرتها هوبز (2001، Hobbs) ضمن "النقاشات السبعة الكبرى" في مجال التربية الإعلامية. واعتبر مناصرودمج المهارات الرقمية في التعليم أن التربية الإعلامية ناقصة إن لم تتضمن تدريس الطلاب "الكتابة" الإعلامية إلى جانب "قراءة" النصوص الإعلامية بشكل نقديّ، وهنا طبعاً يُعنى "بالكتابة" كل أنواع الإنتاج الإعلامي وبتعدد أوساطه (multimedia) ولكن ليس بالضروري الإنتاج الفني على مستوى الاحتراف. من ناحية أخرى، اعتبر المعارضون أن دمج المهارات الرقمية في التعليم بمثابة تدريس مهنيّ لطلأب الصحافة والإنتاج ولذا لا تستحق هذه المهارات أن تدخل إلى حرم الجامعة. تاريخياً، سيطرت هذه الرؤية على الأعمال على الوسط الأكاديمي جزئياً ورافقها ارتفاع كلفة معدّات الإنتاج وصعوبة تدريب الأكاديميين على مهارات الإنتاج الفني وخضوع أقسام دراسات التواصل والإعلام لسيطرة أساتذة يفتقرون إلى هذه المهارات.

1 ـ موجبات التربية الإعلامية الرسمية:

ولكن اليوم ساهم تدني كلفة شراء معدات الإنتاج وسهولة تعلُّم استخدام التقنيات

الرقمية وانتشار الإعلام الاجتماعي في دعم المناصرين. بحيث يمكن اليوم تدريس إنتاج الفيديو، الذي تطلّب سابقاً موازنات ضخمة ومعدات ومختبرات كبيرة وعدّة خبراء وفنيين، باستخدام هاتف خلوي مزود بكاميرا وجهاز حاسوب عاديّ. حتى أن برمجيات وأدوات مونتاج الفيديو والتصميم التصويري المكلفة سابقاً أصبحت مكونات عادية من أنظمة تشغيل كل حاسوب أو تتوفّر مجاناً على شبكة الأنترنت. وعلى الرغم من ذلك، يبقى السؤال حول قيمة المهارات الرقمية بالنسبة إلى التربية الإعلامية مهماً. فتذكر الحجج المشتركة الداعمة لهذه الفكرة أن الطلاب لا يمكنهم أن يصبحوا مستهلكين نقديّين للإعلام من دون فهم دقيق لعمليات الإنتاج الإعلامي، وأن أفضل طريقة للطلاّب لفهم تكوين النصوص الإعلامية تكمن في مشاركتهم في نشاطات صياغة النصوص الإعلامية (Livingstone، 2004). ويدعم هذا التقرير أهمية تضمين المهارات الرقمية في التربية الإعلامية النقدية لثلاثة أسباب إضافية.

أولاً، أصبحت المهارات الرقمية أساسية في المهارات المهنية والحياتية والاجتماعية. ويعتبر عدد متزايد من القطاعات إلى المهارات الإعلامية الرقمية والاجتماعية أساسية عند استقدام موظّفين جُدد، علماً أن ذلك لا يقتصر فقط على الاتصالات والتسويق والأخبار(Schwartzman et al.، 2009; Knorr، 2009). إلى ذلك، أصبحت المهارات الرقمية أو ما يدعوه تصنيف الاقتصاد الرقمي لصحيفة الإيكونوميست (Economist's Digital Economy Ranking، 2010) بالتربية الإلكترونية، مؤشراً مهماً لتنافسية وقدرة الدول على استخدام تقنيات الأنترنت والاتصالات للارتقاء باقتصاداتها وتحقيق المنفعة الاجتماعية. إلى ذلك، تشهد الثورات الأخيرة في العالم العربي على الدور الذي يؤدّيه الإعلام الرقمي والاجتماعي في التأثير على التغيير السياسي والاجتماعي وتمكين الأفراد في التعبير عن آرائهم ودعم قضاياهم.

ثانياً، تستمرّ الخطوط التقليدية التي تفصل "القراءة" عن "الكتابة" بالاضمحلال. مع استمرار التقارب بين مختلف الأدوات الإعلامية وزيادة انخراط ممارسات التواصل اليومية التي نعتمدها بالإعلام الجديد، "علينا أن نبحث عن عالم آخر يمكن فيه تطبيق عناصر التفكير النقدي" (Jones-Kavalier and Falannigan، 2006). ومع ازدياد تطوّر وانتشار التقنيات الرقمية المحمولة، تصبح فكرة استخدام الإعلام كنشاط إنساني

منفصل (عن عدم استخدامه) من غير معنى. فيستمر انتشار الرسائل والتقنيات الإعلامية بالتغلغل في مختلف الطبقات الاجتماعية لدرجة بات من الصعب تصوّر وقت من اليوم لا يستهلك فيه الناس أو ينتجون النصوص والمواد الإعلامية وأحياناً بشكل متزامن. في الواقع، توجّب على الدراسات الأعمال حول استهلاك الإعلام وعادات الإنتاج أن تأخذ في الاعتبار استخدام الإعلام المتعدد المتزامن (Melki، 2010; Rideout، Foehr، and Roberts، 2010). بالتوازي مع ذلك، أصبحت اليوم الأدوات المنفصلة سابقاً والمستخدمة لقراءة وإنتاج النصوص والصور الثابتة والصوت والصور المتحرّكة أداة واحدةً، أو على الأقل نشاطات يمكن أن تجري في الوقت نفسه، مثل مشاهدة التلفزيون في نفس الوقت الذي نتصفح فيه الأخبار على الأنترنت ونراسل شخصاً ما على واتس آب (What's App).

ثالثاً والأهم، لا يكتفي تدريس المهارات الرقمية بمساعدة طلاّب التربية الإعلامية على التحوّل إلى مستهلكين نقديّين للمعلومات فحسب، بل التحوّل إلى منتجي معلومات ومواطنين عالميين (citizens global) متمكّنين وقادرين على المشاركة في النقاشات والتنظيم في شبكات تصوغ المجتمع وتحسّن أوضاع الأفراد.

وهناك أيضاً رابط حاسم بين المهارات الرقمية والبحثية. فالمهارات الرقمية والبحثية على حدٍ سواء تحوّل الطالب من مستهلك إلى مُنتج للمعلومات والمعرفة. مما لا شك فيه أن المهارات الرقمية والبحثية تختلف اختلافاً كبيراً من حيث جودة المعلومات بما أن البحوث تركّز على الجودة العالية. إلاّ أن ازدياد توفّر الأدوات الإلكترونية ذات الصلة بنشاطات البحث العلمي-(لجمع البيانات ومعالجتها وتقاسمها وعرضها أو نشرها) خلق علاقة تفاعلية بين المهارات البحثية والرقمية كما سيعرض هذا التقرير لاحقاً. وقد أحرزت التقنيات التي تسهّل إجراء بحوث تقدماً كبيراً منذ الدعوات الأولى لتحقيق دمج أكبر للبحوث في مقررات العلوم الاجتماعية (Makhaim، 1991; Johnson and Steward، 1997). وفي الواقع، يقدّم دمج مشاريع البحث في صفوف التربية الإعلامية عدّة منافع. فيسمح للطلاّب باختبار وتقدير دور البحوث في التوصّل إلى معلومات موثوقة وصالحة غالباً ما تُنشر اليوم إلكترونياً إلى جانب الأخبار والترفيه. بدوره، يساهم ذلك في مساعدة الطلاّب على التمييز بين أنواع المعلومات المختلفة

وعلى التحوّل إلى مستهلكين ناقدين للبحوث والادعاءات القائمة على العلوم (والتي غالباً ما تكون مشوهة أو مبسطة لدرجة التشويه في كثير من النصوص الإعلامية). كما يخلق شراكة بين الطلاب والمدرّسين ويسمح للطلأب بالمشاركة في وضع بحوث عالية الجودة في التربية الإعلامية وبخاصة من خلال مشاريع واضحة يمكن نشرها في المجلات الأكاديمية. يقدّم ذلك ميزة إضافية للمدرّسين الذين غالباً ما يعانون في تحقيق توازن بين مهام التدريس والبحوث المناطة بهم، عبر موازنة المهمّتين والحصول على المساعدة والمعلومات من طلأبهم.

بيد أن كلّ ذلك يبدو إيجابياً، ما زالت مسألة دمج البحوث الفعالة والمهارات الرقمية في التربية الإعلامية الأساسية تواجه عدّة تحديات وتحتاج إلى أكثر من ذكر المنافع وتسهيل الأدوات الإلكترونية. وتبقى "مخاوف البعض من تلقين مهارات الإنتاج الإعلامي في مجموعة مهام محدودة خارجة عن إطارها البيداغوجي" (Hobbs، 2001، p. 20) مسألة جديّة، ويمكنها أن تنطبق على مسألة دمج المهارات البحثية ايضاً. لذلك، يهدف هذا التقرير إلى تقديم دليل عمليّ وبضعة أمثلة وأدوات مقترحة لدمج المهارات البحثية والرقمية بفعالية ضمن إطار ونطاق تعليم التربية الإعلامية النقدية. ويبدأ هذا التقرير بقسمين نظرّيين يحددان العناصر الضرورية لضمان دمج فعّال للمهارات الرقمية ومشاريع البحث على التوالي. ثم يناقش حالات وأمثلة تم فيها دمج المهارات الرقمية و/أو البحثية في مقررّ التربية الإعلامية.

دمج التحليل النقدي بالمهارات الرقمية

في إطار مقرّر التربية الإعلامية في الجامعة الاميركية في بيروت، على الطلأب تحضير مجموعة من المهام خلال الفصل الدراسي، مقسّمة بين (1) مهام التحليل النقدي و(2) مهام المهارات الرقمية. تطلب مهام المجموعة الأولى من الطلاب أن يقدّموا قراءة نقدية لنصّ إعلامي ما (من الإعلانات أو المقالات الإخبارية أو الصور أو الافلام...) المرتبطة بموضوع نغطّيه في الصف، في حين أن مجموعة المهام الثانية تشمل صياغة أو إعادة إنتاج نصّ إعلامي ما (في مدونة إلكترونية أو بودكاست صوتي أو فيديوأو عروض صوري...) قائم على تدريب صفي يتعلّم خلاله الطالب كيفية استخدام برمجيات معينة على مستوى هواة.

من أجل تأدية هذه الفروض، من المهمّ إقامة رابط واضح بين مهمة التحليل النقدي ومهمة المهارات الرقمية وربطها بمقرّرات الصف وأهداف المادة. وقد تتعدّد وسائل وأشكال الربط بحسب الموضوع والتقنية المعنيّة. وتقدّم الحالات المعروضة أدناه بعضاً من الأفكار، غير أن المدرّسين يستطيعون بناء مهمة المهارات الرقمية على أيّ من مواضيع التحليل النقدي بغض النظر عن النصوص أو العملية أو الجمهور الإعلامي. ويمكن أقلّه نشر مقالة التحليل النقدي في مدونة إلكترونية أو تسجيلها صوتياً أو وضعها في بودكاست أو تحويلها إلى عرض باوربوينت، غير أن ذلك غير مستحبّ ولا يشير إطلاقاً إلى ما نتوخّاه من دمج التفكير النقديّ بالمهارات الرقمية.

بالإضافة إلى ربط الفروض ببعضها، يجب أن يتذكّر الأساتذة أن صفوف التربية الإعلامية تهدف إلى تزويد الطلاّب بقدرة على التعلّم الذاتي وأخذ المبادرة الفردية. وتماماً مثلما نتوقّع من الطلاّب تطبيق مهارات التفكير النقديّ في أيّ نصّ إعلامي، وليس تلك المقدّمة في الصف فحسب، يجب على الأساتذة مقاربة المهارات الرقمية بالطريقة عينها. يجب أن يعلّموا الطلاب المنطق الذي يرعى استخدام التكنولوجيا الرقمية. وتماماً مثلما نستخدم الأمثلة والبراهين والتمارين في تدريس القراءة النقدية للنصوص الإعلامية، يجب علينا أن نقدّم للطلاب تعليمات تطبيقية لاستخدام الأدوات الرقمية. قد يعقّد ذلك الأمور نظراً للحاجة إلى عدّة وسائل لضمان فهم الطلاب (الذين يستخدمون وسائل التعلّم والفهم المختلفة) للتطبيقات الرقمية واستخدامها بفعالية. والأهم من ذلك أن غالبية صفوف التربية الإعلامية عادة تجمع طلاّباً يختلفون من حيث مستويات المهارات الرقمية، ويكمن التحدي في إعطاء تمارين وتعليمات تُشرك كافة الطلاب، من الذين يملكون مهارات رقمية بسيطة أو معدومة إلى أولئك الذين يتفوّقون على أستاذهم في هذه المهارات.

قد تُعالج أربعة مبادئ توجيهية نظرية في تدريس المهارات الرقمية هذه المشاكل: (1) العروض المرئية (2) والتوجيه الفردي (3) والتمارين الغيرخطيّة (nonlinear) (4) والبناء على التمارين والمهارات السابقة.

تلعب النصوص التوجيهية المفصّلة دوراً أساسياً في مساعدت الطلاب على تعلّم وتطبيق المهارات الرقمية بأنفسهم، ولكن يواجه غالبية الطلاّب صعوبة في قراءة

قائمة تعليمات مفصّلة وطويلة وقد يشعرون بالإحباط، وهم قادرون على العمل بسرعة أكبر بعد مشاهدة عرض قصير ترافقه بعض التعليمات والتحذيرات حول الأخطاء الشائعة. على الرغم من ذلك، يحتاج طلاّب آخرون إلى توجيه فردي لتفادي الشعور بالإحباط عندما يعجزون عن تأدية مهمّة ويتأخرون عن زملائهم في الصف. غالباً ما يتطلّب ذلك مجرّد ملاحظات بسيطة وسريعة لحثّ الطلاب على المضيّ قدماً. غير أنه قد يحتاج إلى وقت طويل وقد يشعر الطلاب بالإحباط ريثما ينتظرون أن ينتبه الأستاذ لهم لا سيما في صف كبير. في هذه الحالة، يمكن القيام بتمرين مرن غير تقليدي أو غير خطّي (nonlinear) يخوّل الطلاب الانتقال إلى مهمّة أو خطوة أخرى فيما ينتظرون مساعدة الأستاذ، الأمر الذي من شأنه أن يوفّر الوقت ويخفض مستويات الإحباط. إلى ذلك، تستخدم التمارين الرقمية الفعالة برمجيات مرنة وتقدّم مهاماً اختيارية، "تسمح للطلاب الأكثر تقدماً بإجراء بحث مستقلّ وتوفّر التوجيه والتعليمات" (Willett، 2007، p. 175). إلى ذلك، يقدّم الطلاب المتقدّمون مساعدة كبيرة في الصف. فعندما تنتهي من التمرين بسرعة إحدى الطالبات أو تقدم براهين ملموسة تؤكّد تفوّق مهاراتها على متطلّبات التمرين الأساسي، أسأل الطالبة مساعدة طلابٍ آخرين في التمرين الاختباري وأطلب منها عدم تقديم الكثير من المساعدة لدرجة أن تؤدّي المهمة عوضاً عن الطلاب الآخرين.

أيضاً، يساعد اختبار تطبيقات وتمارين معروفة ومنتشرة تبنى على خبرة الطلاب ومهاراتهم، في تشجيعهم على الاكتساب والتعلّم بشكل مستقلّ. تشير الدراسات إلى هذه المقاربة بعبارة بناء السقالات على المهارات السابقة (scaffolding) (Willett، 2007) أو تأسيس هياكل تقدّم للطلاّب نقطة انطلاق مألوفة للارتكاز على ما يملكونه من دراية. ثم يتم سحب هذه الهياكل تدريجياً مع تحكّم الطلاب بهذه المهارات وتكييفها مع حاجاتهم وانتقالهم بثقة لاكتشاف مهارات يجهلونها. قد يشمل البناء على المهارات توجيهاً فردياً، وفي إطار التربية الإعلامية العامة، يقدّم توجيهاً لكيفية ترتيب حصص المهارات الرقمية مع التطبيقات مثل تنسيق الأفلام واحتواء المهارات والمعرفة المكتسبة من التطبيقات السابقة مثل التنسيق الصوتي. بالتالي، يبدأ صف المهارات الرقمية عادة بمحاضرة لمدة 15 دقيقة حول النماذج الصوتية الرقمية ومفهوم تكنولوجيا

تدفق البيانات (push technology) التي تستخدمها تطبيقات بودكاست. ثم أعطي عرضاً قصيراً حول كيفية استخدام تطبيق التسجيل الصوتي الرقمي مثل أو داسيتي (Audacity)، للتسجيل والتنقيح الصوتي واستيراد الموسيقى. لاحقاً، يجري الطلاب تمريناً خطياً يساعدهم في المهمة بشكل مفصّل، مثل وضع مقابلة صوتية لمدّة 30 ثانية بمقتطف صوتي واحد. وأضع التعليمات المفصّلة والمكتوبة على الموقع الإلكتروني ليعود الطلاب إليها عندما يجرون بشكل مستقل تمرين المهارات الرقمية. غير أنّ التعليمات المكتوبة ليست إلاّ خارطة أولية يتبعها الطلاب. وعليه، فيما يعمل الطلاب على التمرين، أنتقل بينهم بسرعة للإجابة عن أسئلتهم الفردية وأكرّر مقتطفات من العرض. تضمن هذه العملية عدم إغفال الطلاب لإجراءات بسيطة غير مدوّنة في التعليمات المكتوبة.

بالإضافة إلى ذلك، وللتأكد من قدرة الطلاب على تعلّم التقنيات الجديدة بأنفسهم، ولتعريفهم على التقنيات المتوفّرة، تطلب إحدى المهمات من الطلاب البحث عن أداة إعلام اجتماعي (social media) جديدة وعرضها في الصف وكتابة مدوّنة عنها. ويجب على الطلاب صياغة دليل "تعليمات" مفصّل لأداتهم وتقديم براهين عن استخدامهم لها. بالإضافة إلى ذلك، يقدّم الطلاب أمثلة عن إمكانية استخدام هذه الأداة في أطُر مختلفة لتمكين الأفراد والمجتمعات. وغالباً ما أتعلّم عن أدوات إلكترونية جديدة من هذه العروض وأضمّ بعض عروض الطلاّب إلى مقرّر المهارات الرقمية للفصل التالي.

2 ـ دمج البحوث: الاقتضاء بالعلوم الطبيعية

قد تختلف مشاريع البحث الواردة في صفوف التربية الإعلامية عن المكونات غير الرسمية والبسيطة لمشروع لا يعدو كونه تمريناً أو دراسة اختبارية، إلى مشاريع بحث شاملة تمتدّ على عدّة مقررات. وبغضّ النظر عن النطاق، يجب على الأساتذة تحديد غاية واضحة للمشروع تتلاءم مع أهداف المقرّر ونتائج التعلّم. وعلى الغاية أن توضح دور الطالب في المشروع وكيفية الاستفادة منها. هل سيشمل المشروع الطلاب كباحثين أو مساعدين في البحث؟ أو هل سيكونون مشاركين في البحث؟ غالباً ما يكون تبرير النقطة الأخيرة صعباً، ولكن كما تظهر الأمثلة أدناه عن العادات الإعلامية والإدمان

الإعلامي، استفاد الطلاب من التجربة ومن الكتابة الانعكاسية.

ولفترة طويلة، تمكّنت العلوم الطبيعية من دمج البحوث في مقرراتها ومختبراتها بفعالية أكبر من العلوم الاجتماعية والإنسانيات. وعليه، من المنطقي استخلاص بعض الدروس منها. ففي ورشة عن دمج البحوث في مقررات العلوم الجيولوجية، قدّم باين (Beane، 2005) ستّ تعليمات حول دمج البحوث بفعالية في المقررات:

أولاً، "اطرح فرضية بحثية" لدعوة الطلاب إلى تطبيق الدروس التي تعلّموها بطرق مختلفة (Beane، 2005). فلنأخذ مثلاً الحالة 6 أدناه حول تركّز الملكية الإعلامية (من يملك وسائل الإعلام في بلدك؟). يستطيع الأستاذ تحديد سؤال البحث بالتركيز على تجمّع الملكية في مجموعة فرعية معينة في القطاع، مثل مقدّمي خدمات الأنترنت، أو يمكنه طرح فرضية بحثية حول الأنماط العامة لملكية الإعلام في دولة مختلفة مثل أنماط ملكية الإعلام في لبنان. يمكن أن يتبع السؤال مهمة يطلب من الطلاب جمع معلومات عن ملكية الإعلام وتقييم مدى تركّز الملكية في ذلك القطاع (العودة إلى الحالة رقم 6).

ثانياً، أسأل الطلاب "كتابة مقترح بحثي" لتشجيعهم على التفكير بأسئلة البحوث الخاصة بهم وربما الإجابة عنها في الفصل التالي (Beane، 2005). يمكن أن تكون هذه المقترحات البحثية مشاريع تقوم بها مجموعات أو جزءاً فرعياً من موضوع عام عن التربية الإعلامية للصف كلّه، حيث تعمل كلّ مجموعة طلّاب على زاوية معيّنة من الموضوع.

ثالثاً، أطلب "بحثاً" أو مراجعة للأدبيات التي تساعد الطلاب على اكتساب المزيد من الفعالية في الوصول إلى البحوث العلمية (Beane، 2005) وتمييزها عن أنواع المعلومات الأخرى وفهم هيكلها ومحتواها وتطوير المهارات النقدية لقراءة البحوث العلمية. يساعد ذلك أيضاً الأستاذ في جمع الأدبيات عن موضوع قد يجري البحث فيه. يتلاءم هذا النوع من تمارين البحوث مع مقررات التربية الإعلامية ويتطلّب بعض المحاضرات حول كيفية الوصول وتقييم وتحليل الأدبيات العلمية.

رابعاً، يمكن أن يتخذ "جمع البيانات" (data collection) عدّة أشكال ونطاقات (Beane، 2005)، غير أن جمع البيانات الناجح يرتكز على تصميم بحث جيّد وتواصل فعال بين أعضاء المجموعة وأدوات جمع البيانات الفعالة. ويقدّم التحليل المُقارَن لمحتوى

النصوص الإعلامية (comparative content analysis) وسيلة ممتازة تُستخدم في صفوف التربية الإعلامية. كما نعرض في الحالة 1 أدناه (الأخبار العالمية وتحليل المحتوى من الألعاب الأولمبية في بيجينغ)، يمكن أن تطلب مشاريع تحليل المحتوى من الطلاب في فصل معيّن تحليل عينة من المحتوى الإعلامي- (الإعلانات ومقالات إخبارية وصور...) أو قد يمتدّ المشروع على عدّة فصول. يسمح هذا الأخير بمقارنة النتائج مع الوقت. وقد تشمل وسائل جمع البيانات الأخرى استطلاع جماهير الإعلام ومقابلة مدراء الإعلام واستخدام البحوث الإثنية لمراقبة بعض النشاطات المرتبطة بالإعلام، الخ.

خامساً، يمكن أن يتمحور "تحليل البيانات" حول مجموعات البيانات التي يجمعها الأساتذة أو الطلاب قبل الصف أو قد يستخدم مجموعات بيانات متوفّرة إلكترونياً وفي المكتبة (Mihailidis، 2009). ولكن، في مقرّر تربية إعلامية نموذجي، يجب ألاّ يتخطّى تحليل البيانات المستوى الأساسي. وعلى الرغم من قدرة الأستاذ في مرحلة لاحقة على تنقيح وتحليل البيانات التي تم جمعها بطريقة منمّقة، قد يحتاج ذلك إلى وقت طويل ويتطلّب مهارات متقدّمة لا تتوفّر بالضرورة لدى طلاّب التربية الإعلامية العادية. على الرغم من ذلك، يملك الطلاب العديد من خيارات تحليل البيانات حتى في هذا المستوى الأساسي. كما ذكرنا أدناه، وبفضل الأدوات الإلكترونية المبتكرة مثل تطبيقات الاستطلاع الإلكتروني، يمكن أن تكون العملية سهلة وشبه فورية. وتقدّم الحالات 1 و2 و5 أدناه العديد من الأمثلة حول هذه الأدوات وكيفية استخدامها.

سادساً، يقدّم عرض الطلاّب لنتائج بحثهم العديد من المزايا المتنوّعة في صف التربية الإعلامية. فتشكّل العروض بشكل عام أمراً أساسياً وغالباً ما تُعتبر حجر الزاوية في تدريس التربية الإعلامية (Mihailidis، 2009). فهي لا تقدّم للطلاب فرصة تحسين مهارات الخطابة فحسب، بل تسمح للصف بالتفكير في نتائج البحوث وتطبّق وتثري دروس التربية الإعلامية. يصحّ ذلك في المشاريع التي يعمل فيها عدد من الطلاب على مكونات مختلفة من الموضوع نفسه، وتظهر العروض الصورة الأكبر للنتائج مثل حالة إعلانات التبغ التي نناقشها أدناه. ولكن، ليس من الضروري أن تكون العروض شفهية فقط. فتقدّم مهارات الإنتاج الرقمي التي يتعلّمها الطلاب في صف

التربية الإعلامية نفسه مجالات غير محدودة لتقديم وتقاسم النتائج مع العالم وللتأكيد على مهارات البحث والقدرات الرقمية.

بغضّ النظر عن كيفية دمج الأستاذة للبحوث في مقرّر التربية الإعلامية، يمكن لمجموعة واسعة من الأدوات الرقمية المتوفرة مجاناً على الأنترنت أن تضمن نجاح المشروع. يمكن لهذه الأدوات المساعدة في ثلاث مجالات على الأقل: التواصل والتعاون الفعال بين أعضاء الفريق وجمع البيانات الفعال وتحليل وعرض البيانات البسيط.

لا يختلف دمج البحوث في الصف، لا سيما البحوث التعاونية، عن قيادة فريق بحوث. فمن المهم أولاً إبقاء جميع أعضاء الفريق على اطّلاع بالتطورات ومعرفتهم بمهامهم بحذافيرها وكيفية تأديتها. على سبيل المثال، يجب أن يعي الطالب المُحلل عن كيفية تحليل المحتوى وكيفية الدخول إلى كتيّب التحليل ومكان تقديم البيانات والموعد الزمني لذلك. تخيّل وجود 30 طالباً يقومون بثلاثين عملية تتحليل منفصلة خلال 3 أسابيع، يمكننا أن نتوقّع انهيار النظام بلحظة واحدة دون أن نذكر كثرة رسائل البريد الإلكتروني من الطلاب الحائرين إلى الأستاذة. بالتالي، تستطيع مدوّنة إلكترونية أو موقع إلكتروني بسيط خلق وثيقة تسمح للجميع الإطلاع على التطورات والتوجيهات، غير أن الطلاب أو المجموعات قد يعتمدون خطوات مختلفة إلى جانب التوجيهات العامة للصف. في هذا الإطار، يقدّم تطبيق جدول Google Docs مساعدة كبيرة. ففي حال إعطاء كلّ طالب رقماً تعريفياً يمكنه أن يفتّش في الجدول الإلكتروني ويبحث عن رقمه التعريفي ويعرف المهمّة التي عليه تأديتها. ويعرض الشكل 1 أدناه صورة عن الجدول المستخدم في تحليل المحتوى التعاوني في تغطية الصحف الدولية للألعاب الأولمبية في بيجينغ (تفاصيل مشروع الصف أدناه). يتضمّن كل خط رقماً تعريفياً للمواد المحددة الأكواد (رقم تعريف المحتوى) والدولة واللغة واسم الصحيفة والأرقام التعريفية لطالبين (رقم تعريف المدوّن) ورقم تعريف القصة والرابط الإلكتروني لمقال الصحيفة الذي يتم تحليله. ويهدف تحديد محللَين لكلّ مقال إلى قياس موثوقية التحليل (reliability intercoder).

Google docs Beijing Olympics

Content ID	Country	Language	Newspaper	Coder ID	Coder ID	Story ID	URL
							Deadline: Aug 9, 11am
1001	Lebanon	Arabic	al Akhbar	120	123	Aug8_AR_1001	[illegible]
1003	Jordan	Arabic	al Ghad	121	124	Aug8_AR_1003	[illegible]
1001	USA	English	New York Times	137	143	Aug8_EN_1001	[illegible]
1008	UK	English	The Guardian	140	148	Aug8_EN_1008	[illegible]
1008	China	Chinese	People's Daily	127	128	Aug8_CH_1008	[illegible]
1001	China	Chinese	Beijing Times	127	129	Aug8_CH_1001	[illegible]
1000	Mexico	Spanish	El Universal	111	112	Aug8_SP_1000	[illegible]
1003	Argentina	Spanish	Clarin	181	183	Aug8_SP_1003	[illegible]
1007	Chile	Spanish	El Mercurio	186	187	Aug8_SP_1007	[illegible]
1001	S. Africa	Afrikaans	Die Burger	157	159	Aug8_AK_1001	[illegible]
1000	India	Hindi	Dainik Bhaskar	150	151	Aug8_HI_1000	[illegible]
1000	France	French	Le Figaro	118	119	Aug8_FR_1000	[illegible]
1000	Germany	German	Die Welt	117	1001	Aug8_GR_1000	[illegible]
1001	Brazil	Portuguese	O Estado de S. Paulo	116	1002	Aug8_PO_1001	[illegible]
1001	S. Korea	Korean	Maeil Business	133	134	Aug8_KO_1001	[illegible]

الشمل 1: جدول Google Docs لتنظيم الباحثين

إلى ذلك، يمكن استخدام عدّة أدوات من غوغل لتحسين التعاون. على سبيل المثال، تقدّم أدوات التوثيق والعرض وسائل فعالة للعديد من الأشخاص لتدقيق نتائج البحث وعرض النتائج على برنامج باوربوينت.

أما المسألة الثانية والأهم فتكمن في إيجاد أداة لجمع البيانات ومعالجتها بفعالية. يمكن لتطبيقات الاستطلاعات الإلكترونية- المتوفّرة مجاناً بشكل عام- أن توفّر عليك وعلى طلأبك الكثير من الوقت والجهد، علماً أنها لا تقتصر فقط على إجراء الاستطلاعات. فيمكن بسهولة تحويل أيّ تطبيق استطلاع إلى أداة لوضع الأكواد من أجل تحليل المحتوى، أو حتى أداة لجمع البيانات لإجراء مقابلات نوعية والاستطلاعات. بالإضافة إلى تقديم آلية بسيطة لجمع البيانات، تشكّل هذه الأدوات مساحة تخزين مركزية للبيانات التي تم جمعها وتزيل إدخال البيانات اليدوي. كما تسمح بتقاسم المعلومات ومراقبة العمل وتحليل البيانات.

تقدّم العديد من أدوات جمع البيانات الإلكترونية عرضاً بسيطاً لجداول التردد والتبويب المزدوج وتصفية بعض المتغيّرات. ويساعد البعض في تحليل البيانات النوعية ويسمح بعرض رسوم بيانية بسيطة. ولكن، إن سبق لك وحددت البيانات في قاعدة بيانات، يمكنك أن تستفيد من أدوات عرض وتخطيط البيانات المتعددة المتوفرة

إلكترونياً. فتسمح إحدى التطبيقات، وهي Google Fusion Tables، للباحثين بتحميل قواعد بيانات كبيرة واستخدام مجموعة واسعة من أنواع الرسوم البيانية والمخططات لعرض النتائج. أما تطبيق Many Eyes فيسمح لك بخلق عرض مرئي من البيانات النصية المجمعة. وتساعدك هذه التطبيقات الإلكترونية وغيرها في تقاسم المعلومات المرئية وتضمينها في مدونة أو موقع إلكتروني.

قبل الخوض في الحالات التي تم فيها دمج المهارات البحثية-والرقمية- في صفوف التربية الإعلامية، يجب على الأساتذة أن يعوا أن دمج البحوث في أيّ مقرّر يحتاج إلى تحضير كثيف مسبق ومراقبة خلال الفصل. ولكن في حال تصميم مشروع بطريقة مناسبة وإتمام تطبيق الأدوات المؤاتية، غالباً ما يكون الوقت والجهد الإضافي مجدياً لا سيما في تقدير الطلاب وفعالية البحوث وتحسين مواد التدريس والمقرّر وفي بعض الحالات نشر بحث ناتج عن هذا العمل.

يناقش هذا الفصل لاحقاً بضع حالات وأمثلة تم فيها دمج المهارات البحثية والرقمية في مقررات التربية الإعلامية.

3 ـ دراسة حالات في المهارات البحثية والرقمية في التربية الإعلامية

1. تحليل الأخبار الدولية والمحتوى للألعاب الأولمبية في بيجينغ

خلال العقود القليلة المنصرمة، استرعى تحليل المحتوى المقارن انتباه عدد متزايد من باحثي الإعلام الذين حاولوا فهم التغطية الإخبارية المتباينة للأحداث الدولية من قبل وسائل الإعلام المختلفة (Siebert e.g. Peterson & Schramm,1963; Norris، Kern & Just, 2003; D'Angelo and Kuypers، 2009). وقد جعلت التطورات التكنولوجية الحديثة الوصول إلى المحتوى الإعلامي العالمي (البعيد سابقاً) امراً سهل، ورافقتها التطورات في أدوات البحوث والحاسوب التي جعلت تحليل المحتوى أكثر فعاليةً. ولكن، ركّزت غالبية هذه البحوث على النصوص الإنكليزية ووسائل الإعلام الغربية الرئيسية. وعلى الرغم من التقدّم الذي حققه أسلوب العمل هذا، ما زالت التحديات متعددة، وتشمل التعامل مع لغات ونماذج أخبار متعددة وتخزين وأخذ عينات وتنظيم عدد كبير من مصادر الأخبار والبيانات القابلة للتحليل وتدريب المسؤولين عن الأكواد

على مختلف الخلفيات والثقافات. غير أنّ مقرّر تربية إعلامية يضمّ طلاباً متحمسين ومجموعة أدوات مناسبة قادر على تخطي هذه العقبات.

شكّلت أكاديمية سالزبورغ حول الإعلام والتغيّر العالمي التي أُنشئت عام 2008[1]، وهي برنامج صيفي يتمحور حول التربية الإعلامية والبحوث من وجهة نظرية عالمية، مساحة ممتازة لتحليل محتوى الأخبار العالمي مع تلقين طلاّب التربية الإعلامية. تجمع الأكاديمية في كلّ صيف 75 طالباً و15 أستاذ إعلام من 20 جنسية مختلفة وتقدّم مجموعة استثنائية من الباحثين وتنوعاً لغوياً وثقافياً. وتزامنت الأكاديمية عام 2008 مع الألعاب الأولمبية في بيجينغ وشكّلت موضوع البحث المثالي نظراً لنطاقها العالمي وقدرتها على جذب تغطية إعلامية ضخمة.

كان التحدي الأول في الاتفاق على نطاق مشروع البحث وهدفه. ففي الوقت الذي تركّز غالبية بحوث تحليل المحتوى اليوم على جزء ضيّق من النصوص المحلّلة وتبني على نظرية تأطير أو غيرها من المسائل النظرية ذات الصلة، كان هدفنا مختلفاً. في الواقع، يهدف هذا المشروع إلى تسجيل التأثيرات المتعددة التي طبعت تغطية الألعاب الأولمبية وتقديم تحليل يعكس ثراء وتعدد أوجه مفاهيم نظرية التربية الإعلامية. اتفق الأساتذة أولاً على المجالات التي سوف يشملها التحليل: أهمية التغطية والمصادر المسيطرة ومدى التمركز العرقي وإضفاء الطابع الجنسي على الرياضيين في الصور ونبرة التغطية والنبرة تجاه الصين ومستوى الموضوعية وتأطير المواضيع والرياضيين والدول. توخياً للفعالية والتزاماً بالوقت المحدود، ركّز التحليل على الصفحات الأولى في الصحف.

وفقاً لهذه الأولويات، قام أستاذ ومجموعة من الطلاب الخريجين يمثّلون كلّ اللغات المستخدمة، ببناء قاعدة أكواد باستخدام أداة الاستبيان الإلكترونيةSurveyMonkey. بعد إجراء سلسلة من الاختبارات والمراجعات على قاعدة الأكواد، اتّفق الأساتذة على النسخة النهائية وتم تعيين كلّ أستاذ للإشراف على مجموعة من الطلاب المسؤولين عن الأكواد. شارك جميع الطلاب في دورات تدريب متعددة إلى أن حققوا مستوى موثوقية مقبولة. واستخدمت دورات التدريب الثلاث الأولى مقالات الأخبار الإنكليزية نفسها أما الدورة الرابعة فاستخدمت مقالات من عدّة لغات.

1- للمزيد من المعلومات عن البرنامج، الرجاء زيارة: www.salzburg.umd.edu

أما التحدي الثاني فتمحور حول أخذ عينات من المحتوى وتنظيم عملية وضع الأكواد. فقامت مجموعة من الطلاب الخريجين يومياً بتحميل الصفحات الأولى من الصحف المحددة، لا سيما الموقع الإلكتروني لـNewseum's Front Pages، وتحميلها على Box.net وهي خدمة إلكترونية لتقاسم الملفات وتنظيم روابطها في جدول Google Docs التي دخلها الطلأب يومياً لمعرفة وتأدية مسؤوليات الأكواد (أنظر المثال أعلاه للمزيد من التفاصيل). وعالجت المراجعات القصيرة اليومية المخاوف وقدّمت ملاحظات للطلاب وفقاً لمراقبة التحليل وموثوقية الأكواد.

في غضون سبعة أيام، حلّل 59 طالباً 484 صفحة رئيسية من 68 صحيفة من 29 دولة بعشر لغات: الأفريقانية والعربية والصينية والإنكليزية والفرنسية والألمانية والهندية والكورية والبرتغالية والاسبانية، وتمكنوا من تحقيق معدّل موثوقية بين مدوني الأكواد تخطّى 90%. في اليوم الأخير للأكاديمية، عرض مدير البحث النتائج على جمهور من الطلاب المدونين وأساتذة التربية الإعلامية الذين شهدوا نتائج عملهم. لم تكن غالبية النتائج متوقعة وفاجأت الطلاب والأساتذة على حد سواء. على سبيل المثال، كانت مجموعة الطلاب والأساتذة من الصين قلقة خلال الأكاديمية لمعرفة كيف غطّى الإعلام العالمي دولتهم. شعر المشاركون في العرض الأخير بارتياح المجموعة الصينية عندما أعلنت النتائج واتضح أن التغطية كانت مؤاتية للصين. إلى ذلك، اختلفت التغطية اختلافاً كبيراً في التركيز الإثني والتركيز على الرجال، في حين حصلت الرياضيين النساء على نصف التغطية التي حصل عليها الزملاء الرجال، باستثناء إفريقيا حيث ركّزت الصحافة على الرياضيين من النساء.

نُشرت الدراسة كاملة على الموقع الإلكتروني واعتبرت حينها من النتائج الرئيسية الملموسة لأكاديمية سالزبورغ لعام 2008 (Melki، Moeller، Mihailidis، & Fromm، 2008). وعندما عادت المجموعة الصينية إلى ديارها، قامت بترجمة الدراسة ونشرها وقد حظيت بتغطية صحافية محلية كبيرة. والأهم من ذلك أن المشروع أشرك مجموعة عالمية من طلاب وأساتذة التربية الإعلامية وأعطاهم فرصة إنتاج معرفة عالية المستوى واكتساب مهارات البحوث بطريقة ممتعة وفعالة.

اعتُمدت المقاربة نفسها في مقررات فصلية لتحليل محتوى تغطية الأخبار الدولية

للحرب والعنف السياسي في العالم العربي. في هذه الحالة، تولّى الأستاذ مسؤولية جمع عينات البيانات. امتدّ المشروع على أربعة فصول وثمانية مقررات لإنجاز أكواد حوالي ألف تقرير إخباري متلفز.

2. الإدمان الإعلامي وعادات الإعلام والانقطاع عن الإعلام لأربع وعشرين ساعة

ليس من الضروري أن تكون كافة مشاريع البحوث وافية لهذه الدرجة. ففي أحد مقررات التربية الإعلامية، طلبت مويلير (Moeller، 2010) من طلابها في جامعة ماريلاند "الانقطاع عن الإعلام لمدة أربع وعشرين ساعة". أي يجب على الطلاب عدم استخدام أيّ أداة إعلام حديث بما في ذلك الهاتف الخليوي والبريد الإلكتروني والكمبيوتر وiPod والتلفزيون والراديو، إلخ ليوم كامل. ركّز التمرين على مفهوم الإدمان على الإعلام (Ball-Rokeach and DeFleur، 1976). سرد الطلاب تجربتهم في مدونات إلكترونية وحلّلت مويلير تقاريرهم الذاتية التي كشفت مواضيع مذهلة ومُقلقة. ومن بين النتائج، استخدم الطلاب "عبارات إدمان" لوصف تبعيتهم؛ ووجدوا أن الابتعاد عن أدوات الإعلام لا يُحتمل ومثير للإحباط؛ وقد عبّر كثرٌ عن شعور بالوحدة والانزواء والاضطراب وماثلوا الانفصال عن الأدوات الإعلامية بالانفصال عن العائلة والأصدقاء. إلى ذلك، اكتشف الطلاب مدى إدمانهم على الإعلام والعادات المتمحورة حول الإعلام التي طوّروها بدون انتباه مع الوقت. كما لاحظوا إلى أيّ درجة اشتاقوا "للتواصل" الإعلامي وكيف أثرت هذه العادات عليهم عاطفياً وجسدياً أحياناً. جذبت هذه الدراسة البسيطة انتباهاً إعلامياً ووفّرت كمية من البيانات- أكثر من 110 آلاف كلمة من الكتابة النقدية الذاتية وفقاً لمويلير (Moeller، 2010).

خلال السنة التالية، دعت مويلير (Moeller، 2011) أساتذة تربية إعلامية من 12 جامعة- من الأرجنتين والتشيلي والصين ولبنان والمكسيك وسلوفاكيا وأوغندا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة الأميركية- لتكرار هذه المحاولة عينها. شكّلت النتيجة مشروع بحثٍ عالمي شارك فيه حوالي ألف طالب تربية إعلامية في درس اختباري عن الإدمان على الإعلام. وكانت الأدوات الإلكترونية التي استعملتها مويلير وفريقها أساسية في نجاح هذا المشروع العالمي. وبغية متابعة الإحصاءات الديموغرافية، لا سيما الجامعات والدول المشارِكة للسماح بمقارنتها لاحقاً، طلب فريق العمل من المشاركين ملء استبيان

قصير باستخدام أداة الاستبيان SurveyMonkey. وفي المرحلة السابقة للاختبار، اقتصر الاستبيان على أسئلة ديموغرافية غير أنه تضمّن لاحقاً بعض المقاييس الكمية لعادات استهلاك الإعلام والتي أثرت البيانات وأضفت بُعداً جديداً على التحليل.

نتجت فكرة إضافة أسئلة عن عادات استهلاك الإعلام عن مشروع بحث مشابه ركّز على عادات استهلاك وإنتاج الإعلام لدى الشباب العربي، واستطلع طلاباً من الأردن ولبنان والإمارات العربية المتحدة (Melki، 2010). وقبل نشر الدراسة الأعمال، تم اختبارها في صف التربية الإعلامية حيث قدّم الطلاب معلومات عن عاداتهم الإعلامية. تضمنت مرحلة الاختبار ملء أسئلة الاستبيان وتقديم ملاحظات عن الأسئلة وخيارات الأجوبة، لا سيما المقاييس التي قاست مستوى استخدام الإعلام. وساعد الطلاب في توزيع الاستبيان في مرحلة الاختبار وعادوا بمعلومات حاسمة حول الوقت الذي احتاجوه لإجراء الاستبيان والفوارق وشهدوا مدى انتشار بعض عادات الاستهلاك. كما أنتجت العملية مواد نقاش ممتازة في الصف وساعدت الطلاب على الانتباه أكثر إلى عاداتهم الإعلامية.

4. انتقاد غلافات المجلات ومهارات تنقيح الصور

تُدرّس غالبية مقررات التربية الإعلامية عن قدرة الصور على الإقناع والتمثيل المشوّه للحقيقة المنتشر في تعديل الصور. فيمكن لإضافة مكوّن تنقيح الصور (photo editing) إلى المقرّر أن يُثري فهم الطلاب لهذا الموضوع ويعطيهم مهارات إنتاج جديدة.

عندما حاولت لأول مرّة تضمين درس فوتوشوب في المقرّر، تزامنت الصفوف مع صفوف أخرى عن أنماط الملكية وتأثير الضغوط الاقتصادية على الإعلام. لم يكن هناك أيّ قواسم مشتركة بين الصفين ذلك الأسبوع ولربما كانا مقررين منفصلين. أما المرة الثانية، فقد توافقت تمارين تنقيح الصور بمحاضرات حول قوة الصور في الأخبار. تمكن الطلاب بسهولة أكبر من الربط بين المحاضرات والقراءات وتمارين تنقيح الصور، وانتقلت النقاشات من موضوع إلى آخر. على الرغم من ذلك، شيء ما كان ناقصاً. لم تكن مهمة تنقيح الصور ترتبط بالمقال النقديّ حول الصور الذي توجب على الطلاب كتابته. لذلك قمت بربطها في المرة الثالثة. فسألت الطلاب الذين يكتبون المقال النقديّ

أن يجدوا غلاف مجلة ويكتبوا مقالاً حول اختيارهم لصور أو رسم. وطلبت منهم أيضاً تأدية دور المحرّر وإيجاد ثلاثة أفكار بديلة عن صور تمثّل القصة نفسها.



الصورة 2ب: غلاف مجلة تايم المنقّح يُظهر سيمبسون في ملابس كرة القدم



الصورة 2أ: صور أو أوجيه سمبسون الشهيرة في 27 حزيران 1994 على غلاف تايم ماغازين

في الأسبوع التالي وخلال صف المهارات الرقمية، طبّق الطلاب الصور البديلة التي طوّروها في الصف النقدي عبر إزالة أو تعديل الصورة الأصلية لغلاف المجلّة وإضافة الصور البديلة التي اقترحوها (أنظر الصور 2، 3 و4).



الصورة 3ب: غلاف مجلة تايم المنقّح والعنوان المعدّل



الصورة 3أ: غلاف تايم ماغازين في 31 أيار 2010

حقق دمج المهام نتائج إيجابية وسمح للطلاّب باكتساب معرفة تطبيقية عن التحديات والحدود الأخلاقية والتقنية التي يواجهها الصحافيون عند اختيار الصور وتنقيحها. كما تعلّم الطلاّب Creative Commons Licensing وكيفية الحصول على صور غير مكلفة بطريقة قانونية لاستخدامها في فروضهم مع ذكر المراجع بشكل مناسب.





الصورة 4ب: غلاف مجلة إيكونوميست المنقح والذي يظهر رأس سارة بالين على جسد مُصارع



الصورة 4أ: غلاف مجلة إيكونوميست في 12 حزيران 2010

جمع مقرّر تربية إعلامية آخر درس تنقيح الصور مع الإعلانات وصورة الجسد. ففي مقالات نقدية، حلّل الطلاب مجموعة من الإعلانات الصحفية أو على الطرقات تركّز على الجنس. وفي واجب المهارات الرقمية، قاموا بوضع إعلانات بديلة للمنتجات نفسها (الصور 5 و6).



الصورة 5ب: إعلان أكس مع الجملة التالية: وفّر بشرائك أكس، وفّر وقت الجلي..." ويناقض الصورة الأصلية.



الصورة 5أ: إعلان أكس مع الجملة التالية: "وفّر مع آكس. وفّر غسيل سيارتك..." الذي يحول المرأة إلى سلعة جنسية.

ركّزت بعض التمارين على تحليل تصوير المرأة في مختلف الإعلانات وأظهرت كيف يمكن للمنتجات نفسها أن تكون أقلّ تشخيصاً للمرأة كسلعة جنسية مع تقديم صورة أكثر شمولية لمختلف الأشكال الجسدية والأعمال والأعراق.



الصورة 6ب: صور إعلان المطعم المنقّحة والتي تسلّط الضوء على الحلوى التي يشتهر بها المطعم



الصورة 6أ: مطعم محلي عائلي يستخدم الإيحاءات الجنسية لجذب الانتباه عبر إظهار امرأة متقدّمة في السن تلمس شاباً أصغر

4. بناء الأخبار وتنقيحها ووضعها في بودكاست (podcasts) أو فودكاست (vodcasts)

يطرح تلقين طلّاب التربية الإعلامية كيف يعمد الصحافيون ومتخصصو الأخبار على تأطير الأخبار، العديد من الصعوبات. فسرعان ما يفكّر الطلاب بنظريات المؤامرة حول نوايا الإعلام الإخباري ويفوتهم مفهوم مهمّ في التربية الإعلامية قائم على اعتبار الأخبار كرسالة يتم تركيبها وتتأثّر بعدّة عوامل سياسية وتجارية ومؤسسية وثقافية وتكنولوجية.

من أجل مساعدة الطلاب على فهم الضغوط والانحيازات وحدود إنتاج الأخبار، يمكننا أن نطلب منهم بناء وتأطير قصص إخبارية. وفي حال كنت أخطط لتدريس الطلاب أسس إنتاج الفيديو، يمكنك التفكير بهذه التمارين. وبما أن التصوير وكتابة النصّ وتنقيح الفيديوبحاجة إلى مقرّر أو أكثر، يجب فرض بعض الحدود على صفوف الفيديوفي مقرر التربية الإعلامية. وللتأكد من عدم خروج التمارين التطبيقية عن نطاق

التربية الإعلامية النقدية، على الأساتذة أن يحرصوا على توفير دروس ونقاشات بديلة حول تأطير الأخبار من جهة، وتمارين تطبيقية عن الإنتاج الصوتي والفيديومن ناحية أخرى.

يمكن البدء بصفوف المهارات هذه بالتنقيح الصوتي الذي يسمح للطلاب باستخدام برامج مجانية مثل أوداسيتي (Audacity)، من أجل وضع تقرير صوتي لمدة 45 ثانية مع مقتطفين صوتيين لمدة 10 ثوانٍ. وتوخياً للفعالية، غالباً ما أعطيهم مقابلة مسجلة مسبقاً ومقتطفاً صوتياً لعشر ثوانٍ تقريباً، في حين يستطيع الطلاب المتقدّمون تسجيل مقابلاتهم الخاصة. يمكن أن تطلب هذه المهمة من الطلاّب كتابة ثلاث جُمل: مقدّمة للتقرير تقدم أيضاً المقتطف الصوتي الأول؛ جسر يربط المقتطفين الصوتيين وخاتمة للتقرير. بعد تعلّم الطلاب كيفية تنقيح الجُمل المسجّلة والمقتطفات الصوتية في تقرير واحد متماسك، يمكنهم تحميل مقتطفاتهم الصوتية على خدمة بودكاست مجانية مثل Podbean أو Podomatic، ووضعها في مدونتهم الإلكترونية. ثم يستطيع الصف أن يصغي إلى التقارير المُنجزة ويراقب كيف قام الطلاب بتركيب نسخهم عن الخبر عينه عبر اختيار مقتطفات صوتية وعبارات معيّنة في سردهم. ويتفاجأ الطلاب عادة باختلاف إنتاجاتهم ويعبّرون عن فهم أفضل لكيفية تأطير الأخبار ويشعرون بالفخر تجاه إنجازهم الذي لا يتعدّى 45 ثانية.

عندما يشعر الطلاب بارتياح في استخدام التنقيح الصوتي، ينتقلون طبيعياً إلى تنقيح الفيديوكونها إحدى المهارات الرقمية التالية، والتي تبنى على المهارات السابقة. يمكن بسهولة تكرار التمرين نفسه ليتلاءم مع تقرير أخبار متلفز، حيث تتوفّر غالبية المكونات، لا سيما المقابلة مسبقاً. ويستطيع الطلاب تحميل عملهم على YouTube وإضافته إلى مدونتهم أو موقعهم الإلكتروني.

من الممكن إضافة صفوف تربية إعلامية أخرى إلى مقررات تنقيح الفيديو. على سبيل المثال، يسهل على شخص يفقه تقنيات تنقيح الفيديوأن يفهم الدروس عن تقنيات البروباغاندا المستخدمة في الوثائقيات. ويستطيع الطلاب اختبار تقنيات البروباغاندا في "السرعة والالتهاء" أو "الربط" (Rhoads، 2004). وبإمكانهم اختبار كيف يزداد مستوى التحريض في مقطع الفيديوأو الصوت مع استخدام الموسيقى.

على الرغم من أن تنقيح الفيديوأكثر تعقيداً من التنقيح الصوتي، غالباً ما يجري تمرين محضّر جيداً ومقسّم إلى خطوات صغيرة بسهولة ودون عقبات. كما يساعد بناء المهارات الرقمية وفقاً لترتيب زمني بزيادة فعالية العملية. لذلك، من غير المنطقي البدء بتنقيح الفيديووالانتقال إلى التنقيح الصوتي والصور لأن المهارات السابقة (تنقيح الفيديو) تُبنى على الأخيرة (التنقيح الصوري والصوتي). ومع مرور السنوات، تمكنت من تغطية مهارات تنقيح الفيديوالأساسية في صفين أقل من 90 دقيقة. وتفاجئني دائماً قدرة الطلاب على خلق فيديو بعد تدريب بسيط جداً، لدرجة أن العديد منهم يستخدمون بوكاست أو فودكاست في مشروعهم النهائي.

5. الإعلانات ولوحات السجائر الإعلانية والخارطة الإلكترونية

يستمتع العديد من طلأب التربية الإعلامية بتحليل الإعلانات وتنقيح الصور أو الفيديو من إعلان موجود لتحويله إلى إعلان أكثر شمولية أو أقلّ تصويراً جنسياً أو تنميطاً. غير أن صف تربية إعلامية واحد ارتقى بدروس وتمارين الإعلانات إلى مستوى أعلى جمع بين التحليل النقدي والمهارات الرقمية والبحوث.

طُلب من كلّ مجموعة مؤلّفة من طالبين تحديد 15 لوحة إعلانية للسجائر تتجمّع في شوارع بيروت. تولّى الطلاب مسؤولية أخذ صور عن كلّ لوحة إعلانية وكتابة تقرير عن الموقع والمحتوى وتقنيات الإقناع المستخدمة في كلّ إعلان. عندما عرض جميع الطلاب نتائجهم، لاحظ الصف أن اللوحات الإعلانية كانت موضوعة على مقربة من مدرسة أو جامعة وأن غالبية اللوحات استخدمت تقنيات إعلان فعالة بين الشباب والمراهقين.

في الفصل التالي، حاولنا تكرار التمرين عينه وأضفنا مكون رسم الخرائط (mapping). إلى جانب المهام السابقة، توجب على الطلاب تحميل صور وتحاليل مقتضبة على خريطة غوغل وتسليط الضوء على المدارس والجامعات القريبة. غير أن المشروع تزامن مع اقتراح القانون اللبناني الجديد الذين قيّد إعلانات السجائر وبالتالي استبق قطاع السجائر هذا القانون بالحدّ من اللوحات الإعلانية ما أثر على كتابة التقرير.

في المرحلة المقبلة، نخطط لتوسيع هذا المشروع ليشمل مكون الاستعانة بالجماهير (crowdsourcing). باستخدام تطبيق Crowdmap الجديد من أو شاهيدي

(Ushahidi) وعدد من أدوات الإعلام الاجتماعي المنتشرة، نأمل أن يتمكّن طلاب التربية الإعلامية من طلب مساعدة أصدقائهم في تحديد موقع الإعلانات التي تنتهك القانون من حيث محتواها أو موقعها.

6. من يملك وسائل الإعلام في بلدك؟

يطرح تدريس الاقتصاد السياسي للإعلام خارج الولايات المتحدة الأميركية وأوروبا سلسلة من التحديات أهمها غياب المنشورات الكافية حول هذا الموضوع في الدول الناشئة. في الواقع، تقدم غياب الشفافية والقوانين اللازمة والمؤسسات التي تسمح بالوصول إلى معلومات عامة، عوائق جمّة. ولكن كيف يمكننا أن نتوقّع من الطلاب أن يملكوا التربية الإعلامية إن لم يروا أنماط ملكية المؤسسات الإعلامية في دولهم؟

تفتح هذه المشكلة فرصة بحث ثنائيّ الأهداف. فيعزّز جمع سجلات موثوقة عن ملكية الإعلام قدرات الطلاب على الحصول على المعلومات مع كشف النقاب عن الفاعلين الرئيسيين في قطاع الإعلام في بلدانهم. هذا التمرين قد يختلف اختلافاً جذرياً من دولة إلى أخرى، غير أن لبنان يشكّل مثالاً ممتازاً في ظلّ غياب هذه المعلومات باستثناء التقارير الإخبارية غير الدقيقة، وبسبب الصعوبات الكبرى التي يواجهها المرء في الحصول على مستندات الملكية البسيطة.

عندما حاولنا القيام بهذا المشروع للمرة الأولى، وصلنا إلى حائط مسدود. فكان أمام الطلاب ثلاثة أسابيع لإجراء بحوث تمهيدية عن مؤسسة بثّ إعلامي يختارونها، وكان عليهم الحصول على مستندات الملكية الرسمية للمؤسسة الإعلامية للحصول على علامات إضافية. غير أن أياً من الشركات التي زاروها أفصحت عن معلومات الملكية، حتى أن بعضها شعر بالإهانة بسبب هذا الطلب وأنهى المقابلة. كما أنكرت جميع هذه الشركات ملكية مؤسساتها من شخصيات أو أحزاب سياسية. وعلى الرغم من كثرة الوعود في البداية، لم يزوّدنا المجلس الوطني اللبناني للإعلام المرئي والمسموع- أي الهيئة الرسمية التي توصي بالترخيص لمحطات التلفزيون والراديو وتملك جميع سجلات الملكية- بأيّ وثيقة. كما لم تفض المجالات الأخرى إلى أيّ نتيجة باستثناء استسلام غالبية الطلاب.

غير أن محامياً متخصصاً في الملكية الفكرية أوصى بزيارة مكتب السجلات التجارية

حيث تودع كافة الشركات سجلاتها العامة وتحدثها سنوياً، فكانت المهمة مثمرة على الرغم من بعض العقبات الكبرى. فقد رفض الموظفون المدنيون في مكتب السجلات التكلّم مع طلاّب جامعيين، لذلك ارتدى بعض الطلاب ملابس رسمية وادعوا أنهم باحثون قانونيون. نجحت الخطة غير أنه لم يكن باستطاعة مسؤولي السجلات الرسمية دخول السجلاّت إلاّ باستخدام رقم التسجيل التجاري للشركة. لذلك، توجّه الطلاّب إلى مكتب حكومي آخر قادر على البحث في قواعد البيانات الحاسوبية للحصول على رقم التسجيل وفقاً لاسم الشركة. وسرعان ما تعلّم الطلاّب أن كافة الشركات مسجّلة تحت أسماء تختلف عن اسمها العام، ما أعادهم إلى المجلس الوطني للإعلام المرئي والمسموع الذي قبل بالإفصاح عن الاسم الرسمي لهذه الشركات قيد البحث.

في النهاية، نجح 3 طلاب فقط من أصل 25 في الحصول على مستندات الملكية الرسمية، واكتشفوا أن بعض السياسيين البارزين وأعضاء في بعض الأحزاب السياسية كانوا مساهمين رئيسيين في الشركات الثلاث قيد البحث. كما وجدوا أن حفنة التقارير المتوفرة حول هذا الموضوع كانت غير دقيقة. اكتسب الطلاب خبرة عملية في الحصول على معلومات موثوقة عن الملكية وصعوبات الإحباط الذي يرافق هذه العملية وهياكل السلطة التي برزت عند الإفصاح عن هذه المعلومات. إلى ذلك، قدّمت هذه التجربة للطلاب المستقبليين خارطة طريق للوصول إلى المعلومات، وخلال سنتين تمكّن الطلاب من جمع عدد هائل من السجلات الرسمية عن ملكية الإعلام، من شأنها أن تشكّل أساساً لدراسة مستقبلية حول الاقتصاد السياسي للإعلام في لبنان.

الخاتمة: انتشار التربية الإعلامية: دمج البحوث والإنتاج الفاعل للتوصل إلى نتائج قوية

في نهاية مقرّر التربية الإعلامية، يطوّر غالبية الطلاب قدرات تحليلية صلبة في قراءة النصوص الإعلامية ويعتادون على استخدام عدّة أدوات إعلام رقمي. لذلك، من المنطقي أكثر، في مشروع نهائي في التربية الإعلامية، أن يجري اعتماد طريقة "كيف يمكننا أن نساعد الآخرين على اكتساب تربية إعلامية"؟ عوضاً عن حثّ الطلاب على تحليل المزيد من النصوص. يتواءم ذلك أيضاً مع اعتماد المكونات الرقمية والبحثية لكي يصبح الطلاب مساهمين فاعلين في التربية الإعلامية.

في مشاريعي النهائية، يجب على الطلاب اعتبار خمسة عناصر: موضوع تربية إعلامية محدد جداً؛ دراسة عامة وبحث في أدبيات موضوع التربية الإعلامية المعنيّ؛ البيانات أو التحاليل الأصلية التي تستخدم وسائل أبحاث واضحة أو مقاربة تحليل للتربية الإعلامية؛ "مجموعة أدوات" تشمل قائمة بالأسئلة أو الأدوات التحليلية ذات الصلة بالدراسة والتي تقدّم أداةً تحليلية نقدية للمحتوى الإعلامي؛ وأخيراً مكوناً رقمياً ينشر كافة المعلومات الواردة أعلاه بطريقة يسهل على الرأي العام الحصول عليها.

تضمنت بعض المشاريع النهائية الأفضل بودكاست حول قطاع الأعراس في الولايات المتحدة الأميركية وكيف يتم الترويج إليه بشكل غير مباشر في الأفلام والبرامج التلفزيونية، وموقع إلكتروني حول البروباغاندا السياسية في الانتخابات اللبنانية وفي أفلام منظمة داعش وفيديوحول تأثير قناة MTV على الأفلام الموسيقية العربية على سبيل الذكر لا الحصر. ويتم نشر العديد من هذه المشاريع على قناة YouTube، ويُستخدم بعضها في صفوف لاحقة.

على الرغم من التحديات الكبيرة الناتجة عن دمج المهارات الرقمية والبحثية في مقررات التربية الإعلامية وبيد أنها تحتاج إلى تحضير ومتابعة كبيرة خلال الفصل، تستحقّ النتائج كلّ هذا الجهد والوقت الذي يخصصه الطلاب والأستاذ، لمصلحة البحوث في التربية الإعلامية وللرأي العام. فيبنى الدمج الفعال للمهارات الرقمية والبحثية في التربية الإعلامية والإخبارية على مهارات القراءة النقدية التقليدية في الصف، ويساعد الطلاب على الانتقال من مُستهلك للإعلام إلى مُنتج ماهر ونقديّ للمعلومات المُعرضة، وإلى مواطن عالمي مُمكّن وقادر على المشاركة في نقاشات وعلى تنظيم شبكات تساهم في صوغ المجتمعات والمناطق وتحسّن وضع الأفراد المهمّشين والمجموعات المجرّدة من حقوقها.

المراجع:

1-Ball-Rokeach, S. J., and De Fleur، M. L. (1976). A dependency model of mass media effects. *Communication Research* 33 - 21.

2-Beane, R. (2005). Integrating Research into Geoscience Courses. The Science Education Resource Center at Carleton College. Retrieved from http://serc.carleton.edu/NAGTWorkshops/careerprep/teaching/IntegratingResearch.html

3-D'Angelo, P., and Kuypers, J. A. (Eds.). (2009). *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. Routledge.

4-Digital Economy Ranking 2010: Beyond Readiness. (2010، June). Economist Intelligence Unit. *The Economist*. Retrieved from http://www-935.ibm.com/services/us/gbs/bus/html/ibv-digitaleconomy2010.html

5- Hobbs، R. (1998). The seven great debates in the media literacy movement. *Journal of Communication* 32 - 16, (1)48 ،.

6- Johnson, M. A., and Steward, G. (1997). Integrating Research Methods into Substantive Courses: A Class Project to Identify Social Backgrounds of Political Elites. *Teaching Sociology* 175 - 168 ,25 ,.

7- Jones-Kavalier, B. R., and Falannigan، S. L. (2006). Connecting the Digital Dots: Literacy of the 21st Century. *Educause Quarterly2* ,.

8-Knorr, A. (2009، Jan 28). Social-media skills become crucial for job hunters. *The Atlanta Journal-Constitution*. Retrieved from http://www.ajc.com/business/social-media-skills-become-102247.html

9-Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review*, 3-14 ،7.

10-Markham, W. T. (1991). Research Methods in the Introductory Course: To Be or Not To Be. *Teaching Sociology*464-71 ،*19* ,.

11-Mihailidis, P. (2009). Beyond Cynicism: Media education and civic learning outcomes in the university. International Journal of Media and Learning1 ,(3).

12-Melki, J. (2010). Media Habits of MENA Youth: A Three-Country Survey. Youth in the Arab World. *The Issam Fares Institute*. American University of Beirut. Beirut: Lebanon.

13-Melki, J., Moeller، S., Mihailidis, P., & Fromm، M. (2008). Covering the Beijing Olympics. *Salzburg Academy on Media and Global Change*. Retrieved from http://www.icmpa.umd.edu/salzburg/new/lessons/main-findings

14-Moeller، S. (2011). A Day Without Media. International Center for Media and the Public Agenda. *University of Maryland*. Retrieved from http://withoutmedia.wordpress.com

15-Moeller, S. (2010). 24 Hours Without Media. International Center for Media and the Public Agenda. *University of Maryland*. Retrieved from http://theworldunplugged.wordpress.com

16-Norris, P, Kern, M., & Just, M., (2003). *Framing Terrorism: The news media, the government, and the public*. New York، NY: Routledge.

17-Rideout, V. J.، Foehr، U. G.، & Roberts، D. F. (2010). Generation M2: Media in the lives of 8- to 18-year-olds. *The Henry J. Kaiser Family Foundation*. Retrieved February 15, 2010, from http://www.kff.org/entmedia/mh012010pkg.cfm

18-Rhoads, K. (2004). Propaganda Tactics and Fahrenheit 9/11. *Working Psychology*. Retrieved from http://www.workingpsychology.com

19-Schwartzman, E., Smith, T., Spetner, D. and McDonald، B. (2009). 2009 Digital Readiness Report: Essential Online Public Relations and Marketing Skills. *iPressroom*. Retrieved from http://www.ipressroom.com

20-Siebert, F. S., Peterson, Th., and Schramm، W. (1963). *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. University of Illinois Press.

21-Willett, R. (2007). Technology, pedagogy and digital production: a case study of children learning new media skills. *Learning, Media and Technology*, 167-181, (2)*32*.

التكوين الجامعي في علوم الإعلام والاتصال
وديالكيتك الكفاءات المهنية والأكاديمية

د. العربي بوعمامة ود.أبن عميرة بلقاسم محمد الامين
مخبر دراسات الاتصال والإعلام - جامعة مستغانم/الجزائر

تمهيد

نسعى من خلال هذه المساهمة الإقتراب من الجدليات السياقية لإشكالية التكوين الجامعي في علوم الإعلام والاتصال ضمن الجامعات ومؤسسات التعليم الجزائرية عن طريق إلقاء الضوء على منظومة التكوين في ذات الحقل، وسبر مختلف أنساقها وديناميانها المخصوصة عبر استنطاق الفاعلين في هذا الميدان المعرفي، وكذا ممارسة حفر نقدي في الأدبيات البحثية التي أنتجت في حقل علوم الإعلام والإتصال مع عرض وتحليل جملة من المؤشرات المعيارية التي تكشف عن نضج البحث العلمي في هذا الحقل من عدمه، ذلك أن الجدل حول أسلوب تحقيق فعالية التكوين الجامعي في الجزائر أكاديميا ومهنيا أصبح يلزمنا بإعادة النظر والتفكير في كيفية النهوض بهذا القطاع الإستراتيجي، إستنادا إلى سيرورة (Process) تقويم مخرجات (Outputs) وأداء (performance) الجامعة الجزائرية عموما وأقسام علوم الإعلام والاتصال بشكل مخصوص ضمن أفق تشخيصي، يهيئ فرش أرضية متينة للنقاش الموضوعي حول منظومة التكوين الجامعي في مجال الإعلام والتواصل وإسهاماتها في تكوين وتخريج كفاءات بالمعايير المبتغاة على المستوى الأكاديمي والمهني، ومدى رشادة التدابير المعمول بها لضمان تكوين جامعي فعال وهادف، وإعادة بعث إقلاع معرفي وإبستمولوجي ضمن حقل الإعلام والإتصال.

الكلمات المفتاحية: التكوين الجامعي، علوم الإعلام والإتصال.

I - إشكالية الدراسة:

يستأثر قطاع التعليم الجامعي باهتمام متزايد ضمن أجندة المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء، باعتباره الرصيد الاستراتيجي (strategic provision) الذي يغذي المنظومة المجتمعية بكل احتياجاتها من الطاقات البشرية التي تستلزمها للنهوض بأعباء التحدي التنموي بمفهومه الشامل، في أبعاده الإجتماعية والحضارية والمعرفية والاقتصادية والإيكولوجية، حيث يوفر الرؤية العلمية والفنية المتخصصة حول مختلف القضايا المتعلقة بكافة مجالات التطور، ويساهم في نشر وإشاعة المعرفة الموضوعية الدقيقة بالواقع المستهدف، عبر اعتماد أنظمة التدريس والتعليم والتكوين الملائمة، ورفد عملية إستوظاف المناهج العلمية في حل إعضالات المجتمع من خلال ما ينتجه من أبحاث ودراسات ومعارف جديدة. وتظل منظومة التعليم العالي كيانا أساسيا محوريا في المجتمع، حيث اضطلعت بأدوار مهمة ساهمت من خلالها في تلبية الحاجات الملحة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وشكلت عنصرا أساسيا ومهما في النسيج الوطني بما لها من مقومات. وفي هذا المنحى، يعد التكوين في حقل الإعلام والاتصال في شقيه المعرفي والفني من أوكد الرهانات بإعتباره حقلا إستراتيجيا يرتبط عضويا بقطاعات الثقافة والمجتمع، إضافة إلى مركزية الظاهرة الاتصالية في المجتمع المعاصر بتشعباته المتعددة، ومن جهة أخرى لا يقل البحث والتكوين في الإعلام والإتصال أهمية عن البحث في التخصصات المتعددة، وتأسيسا على ماسبق نتوخى فتح أفق النظر في جملة من المسائل الإشكالية المحيطة بالموضوع، وعلى رأسها :

هل المسارات البيداغوجية (pedagogic trajectories) والتكوينة على مستوى البرامج الدراسية في حقل الإعلام والإتصال كفيلة بتخريج كفاءات علمية مؤهلة بشكل فعلي ؟ بمعنى آخر، هل تحقق الجامعة الجزائرية مبتغياتها في إعداد كوادر ذوي كفاءة علمية وتدريب متميز في ذات التخصص ؟

هل ما تم إنجازه من قبل الباحثين والطلاب في مجال الإعلام والاتصال يتسم بطابع العلمية (scientificity) ويراعي ضوابط ومتطلبات البحث العلمي الرشيد، ويستجيب

لمتطلبات التجديد، أم أنه مجرد استنساخ لمـا قبلـه وضرب من ضروب المعرفة شبه العلمية (pseudo-scientific knoweldge) ؟

ما هي الإصلاحات الواجب تطبيقها لضمان التكوين الجامعي الذي يتوافق مع معايير الجودة العالمية ويحقق حوكمة الديناميات التعليمية والتكوينية؟

II - راهنية ومشروعية البحث المعرفي في الموضوع ومقاصده:

لا يمكن تصور أي سيرورة تنموية تسعى لتحقيق التقدم والرقي ودفع عجلة التحديث، دون إقحام الجـامعـة في قلب رهان التحدي التنموي في جوانبه المتعددة، حيث تشكل المؤسسة الجامعية إحدى المرتكـزات التي تساهم في تنمية وتطوير المجتمعات باعتبارها رافدا علميا، معرفيا وتكوينيا أساسيا يكتسي أهمية جد خاصة في إعداد وتكوين الإطارات والكفاءات المستقبلية، ويفعل فعله في تشكيل الرأسمال المعرفي والقواعد البحثية الصلبة التي تعد البوصلة الرئيسية التي تقود دفة التسيير والأداء في شتى المجالات الإقتصادية والصناعية والتنموية والإعلامية. ويعد البحث العلمي المرتبط بالنسق التعليمي الجامعي، وأدائه وشرطه الراهن مدخلا جوهريا ومكونا رئيسيا لمساءلة هذا النسق وتقويمه من جهة، و لدفع حركيته، وتطوير ديناميته وإطلاق ممكناته من جهة أخرى.

و تنبع الأهمية المخصوصة للدراسة من أنها تتصدى لتقييم جدوى التكوين الجامعي في مجال الإعلام والاتصال ومساءلة مخرجاته (Outputs)، إذ يكتسي الموضوع راهنية خاصة، بالأخص في ظل الإرهاصات التي يعيشها المشهد الإعلامي في الجزائر الذي يشهد مؤخرا حركية كبيرة، كانت نتاج الزخم الكبير الذي ولده مختلف الفاعلين الإعلاميين وكذا مؤسسات الإعلام الخاصة، والتي ظهرت بموجب القانون العضوي للإعلام 12 - 05 الجديد، مما يحتم بحث مدى نجاعة التكوين في ميدان علوم الإعلام والإتصال وعلاقته بالأداء الإعلامي ضمن المشهد الميداني الحالي.

و تعد إشكالية التكوين الجامعي في علوم الإعلام والاتصال، إشكالية مركبة ذات مساقين، أن يحيلنا المساق الأول إلى البحث الأكاديمي في المحضن الجامعي بصفة عامة، وفي ذات التخصص بشكل محدد، ويحيلنا المساق الثاني إلى مساءلة مخرجات سيرورة

التكوين الفني والمهني، وتكتسي ذات الإشكالية راهنية خاصة، حيث إن إدراك محدداتها الرئيسية والفرعية، من شأنه أن يكشف الآفاق ويحدد لنا ملامح الوقت الراهن والمستقبل وفي هذا المنحى، نتهيأ من خلال هذه المساهمة الإقتراب من جملة من النقاط :

- معرفة مدى بلوغ أقسام الإعلام والإتصال بالجامعات الجزائرية لأهدفها في إعداد كوادر بشرية مسلحة بالمعرفة والدراية الكافية في ذات التخصص.
- التعرف على مدى علمية وجودة ما أنجزه طلبة الدراسات العليا في مجال الإعلام والاتصال ومدى مراعاته لضوابط ومتطلبات البحث العلمي الرشيد.
- معرفة الإصلاحات الواجب تطبيقها لضمان تكوين جامعي يستجيب لمعايير الجودة والكفاءة.

III - المفاهيم الرئيسية للدراسة:

- التكوين الجامعي:

مصطلح التكوين كمصطلح لغوي يحيل إلى التشكيل، بمعنى إحداث سلسلة مستمرة من التغيرات والتعديلات وفق منهج معين أو نسق محدد من أجل تغيير الحالة الأولية القائمة إلى حالة متوقعة مسبقة، فالتكوين يكسب الفرد المكون أنماطا فكرية ونظرية أو أشكالا أدائية ووظيفية مخصوصة. ويرتبط مصطلح التكوين بمفاهيم أخرى مثل : الإعداد، التأهيل، التدريب، التحضير الوظيفي....

و نقصد بالتكوين الجامعي سيرورة (processus) أو عملية تنمية طرائق إكساب المعرفة والمهارات ضمن المؤسسات الجامعية ومراكز التكوين العلمي، وتعد عملية التكوين الجامعي عملية محددة ومدروسة مسبقا تطمح إلى إكساب المتكون أو الطالب مجموعة من الأنماط الفكرية والمعرفية المركزة في تخصص معين، أو المهارات السلوكية التي تمكنه من القيام بوظائف معينة.

- حقل علوم الإعلام والاتصال:

يمثل حقل علوم الإعلام والاتصال بُعدا مهما ومجالا أساسيا في الدراسات الاجتماعية

والإنسانية الحديثة، حيث أخذ هذا الحقل حيزا معرفيا وإبستيمولوجيا معتبرا في التنظير والتأسيس، ويرتبط هذا الحقل المعرفي الجنيني ارتباطا وثيقا بتكنولوجيا ونظم ووسائط الإعلام الحديثة، ويركز على مقاربة سيرورة عمليات التواصل والإعلام وبحث مكوناتها وعلاقاتها المتشابكة وتأثيراتها ضمن السياق المجتمعي العام. ويعرف هذا الحقل بعلوم الإعلام والاتصال (Sciences de la Communication et de l'information) في أدبيات البحث الفرنسية، بينما يعرف بدراسات الإتصال (Communication Studies) في أدبيات البحث الإنجلوسكسونية، ويعرف هذا الحقل داخل الدوائر الأكاديمية الألمانية ب (Publizistikwissenschaft).

IV - مدخل بنيو- وظيفي لنسقية التكوين الجامعي:

يعد التكوين وسيلة لتزويد الأفراد بالكفاءات والمهارات المهنية الملائمة التي تؤهلهم للقيام بمهامهم ووظائفهم المهنية بكفاءة (Effectively) وفي أقل وقت ممكن (Asap)، كما تتشابك المفردة اللغوية "تكوين " سيموطيقيا بمعانٍ مختلفة ودلالات عديدة، حيث أن هذا المصطلح غالبا ما يرتبط بمفاهيم أخرى مثل: الإعداد، التأهيل، التدريب والتحضير الوظيفي وهذا التعدد في المعاني والمفاهيم لا تنفرد به اللغة العربية وحدها بل تشترك فيه عدة لغات أخرى كالفرنسية والانجليزية والألمانية. إن مصطلح التكوين لغويا يعني التشكيل، بمعنى إحداث سلسلة مستمرة من التغيرات والتعديلات وفق منهج معين أو نسق معين من أجل تغيير الحالة الأولية القائمة على حالة متوقعة مسبقا، فالتكوين يكسب الفرد المكون (Apprentice) أنماطا فكرية ومعنوية أو أشكالا أدائية وظيفية معينة. ويرى باربوم (Berbaum) أن النشاط الذي يهدف إلى تنمية أسلوب الحياة عندما يوجه إلى الصغار عادة يسمى تربية، أما عندما يوجه نحو الكبار والراشدين فإننا نستعمل كلمة تكوين، والمقصود بهذه الأخيرة هو النشاط الذي يهدف إلى تنمية طرائق إكساب المعرفة والمهارات.

ويتمثل هذا التعريف عملية التكوين كعملية محددة مسبقا تطمح إلى إكساب المتكون مجموعة من الأنماط الفكرية أو المهارات السلوكية التي تمكنه من القيام بوظيفة معينة. أما "محمد الطيب العلوي" فيرى أن التكوين: هو الدراسة الأساسية التي تتم قبل مباشرة

المهنة تعليمية أو حرفية، والبعض يتجاوز في استعمالها ويمددها إلى التعليم المدرسي، والغرض من التكوين تلقين المكون مبادئ معينة وتهيئته للمهنة التي سيلتحق بها بعد انتهاء الفترة التكوينية، فالعلوي يعرف التكوين على أساس مهمته التي تتمثل في تهيئة المكون لمهنة معينة.[1]

ب/ ركائز التكوين الجامعي:

تتلخص أهم هذه الركائز فيمـا يـلي:

- دراسة وتمثين الاستراتيجية الوطنية لتنمية الموارد البشرية في ضوء التنمية الاقتصادية والاجتماعية وأهدافها والبيانات المتحصل عليها من سوق العمل.
- تنظيم التكوين بالتعاون والتنسيق مع أصحاب العمل، وأن يقترن التكوين بمسؤوليات ومهام فعلية يتقلدها المتكون في المجال العملي بالقطاعات المستخدمة، حيث تتحدد على أساس هذا التنسيق الأهداف التكوينية والمهارات والمعارف الواجب اكتسابها عند انتهاء البرنامج التكويني ومباشرة العمل.[2]
- مراعاة الفروق الفردية للأفراد واختلافهم من حيث البنية الجسمية والاستعدادات الفطرية للتعلم والاستيعاب واكتساب المعارف والمهارات، المتضمنة في البرامج التكوينية.
- اختيار المكونين في ضوء مفردات البرنامج التكويني والمادة التعليمية من أهل الخبرة والاختصاص، لمساعدة المتكون على اكتساب مهارات التعليم الذاتي والبحث عن المعلومات واستقائها من مصادرها، وتوظيف هذه المعلومات وتحليلها ونقدها.
- التدرج في العملية التكوينية وتوزيعها على مراحل، حيث يتعلم الفرد ويتدرب على جزء من البرنامج ثم ينتقل إلى جزء آخر، وإذا كان العمل معقدا استوجب تجزئته إلى مراحل لكي يسهل استيعابه.

- احتواء البرامج على الممارسة العملية لكي يكون التكوين مفيدا، ولكي تحقق عملية اكتساب المعارف والمهارات الجديدة لا بد من: الممارسة الفعلية ومحاولة تطبيق المهارات بشكل عملي بأماكن مخصصة، لذلك تنظم كافة الوسائل اللازمة، ويفضل أن تكون هذه الأمـاكن

مشابهة لمواقع العمل الحقيقية من حيث بيئة العمل والظروف المحيطة.

- ضرورة ربط التكوين بتقديم حوافز للمتكونين، إذ أن توفر الحافز والرغبة لدى المتكون يجعله يستفيد من تكوينه ويتعلم برامجه بسرعة، خصوصا إذا كانت التكوينات تخضع لمعايير وشروط تجعل من التفوق عاملا أساسيا للترشح للمراتب الأفضل.[3]

- متابعة المتكون بعد التكوين، فبالإضافة إلى قيام المشرف بمعالجة نقاط الضعف لدى المتكون بعد إتمامه للبرنـامج التكويني، لابد من اعتماد أسلوب المتابعة المبرمجة والمنظمة لرصد التغيرات التي تطرأ على المتكون، وأثر التكوين على طريقة الأداء عند مباشرته للعمل.[4]

ج/ مقاصد التكوين الجامعي : يتغيأ هذا النمط من التكوين بلوغ جملة من المقاصد تتمثل في:

- إعداد الفرد مهنيا (professionally) وتدريبه على مهنة معينة قصد رفع كفاءته الإنتاجية وإكسابه معارف ومهارات جديدة، وتمكينه من حسن استغلالها واستثمارها في مواطن مختلفة.
- رفع الروح المعنوية للفرد، لأن معرفته بكيفية إنجازه لعمله يعتبر حافزا نفسيا وبالتالي زيادة الاهتمام بالعمل.
- إتـاحة الفرص للفرد المتكون للتقدم سواء في شكل أجر مرتفع أو منصب وظيفي أفضل.
- تقليل الحاجة إلى الإشراف بتخفيض العبء على المشرفين لأن تكوين الفرد يؤدي إلى صقل قدراته وتعميق معلوماته وتكثيف مهاراته وتعزيز اتجاهاته الإيجابية نحو العمل وبالتالي التقليل من حاجته للإشراف والمتابعة المستمرة.

- النهوض بالإنتاج من حيث الكم والكيف، فالقدرات والمهارات العالية تؤدي إلى زيادة الإنتاج كما وكيفا.[5]

د/ أنواع التكوين الجامعي:

1- حسب المدة الزمنية:

- التكوين قصير المدى: يستهدف تنمية كفاءة العاملين، وتبلغ مدة التكوين كأقصى حد 06 أشهر.

- التكوين متوسط المدى: ومدة الدراسة فيه من سنتين الى ثلاث سنوات، ويشمل التكوين الصناعي والزراعي والخدماتي.

- التكوين طويل المـدى : ومدة الدراسة فيه أربع سنوات فما فوق بحسب التخصص[6].

2- حسب المستوى المراد تحصيله :

- التكوين المهني: ويتم في مراكز التكوين المهني لإعداد فئة العمال المهنيين الذين يمتلكون المهارات اللازمة لمهنة معينة، ويمكن هذا التكوين صاحبه من شغل منصب عامل مهني في مؤسسات مختلفة وذات نشاطات متنوعة.
- التكوين الفني أو التقني: ويطلق أحيانا التكوين المتوسط، ويتم في المعاهد التكنولوجية والإدارية المتخصصة.
- التكوين التخصصي أو العالي: يتم في المعاهد والمدارس العليا والجامعات ويوفر لصاحبه قدرا عالياً من المهارات العلمية والفنية والإدارية، ويتحصل بموجبه المتكون على شهادات عليا كشهادة مهندس أو محاسب أو طبيب، ويضمن له شغل منصب عامل مختص في المؤسسات المستخدمة[7].

V - طيبولوجية التكوين الجامعي في علوم الإعلام والاتصال (جامعتا الجزائر العاصمة ومستغانم نموذجا) :

إنطلق التكوين بصفة فعلية في حقل الإعلام في الجزائر سنة 1964، في المدرسة الوطنية للصحافة. وقد بدأ المشروع بأعداد محدودة من المتكونين، حيث كان التسجيل نخبوي التوجه ويخضع لعمليات إنتقائية مركبة، وتم إعتماد الفرنسية كلغة التدريس والتكوين إلى غاية السبعينيات، أي تم تبني خيار إزدواجية لغة التدريس (العربية والفرنسية)، وكان المشروع التكويني ذا طبيعة فنية ومهنية مع إهمال جانب البحث العلمي في هذا الحقل، كما كان مطبوعا بخصوصيات المرحلة حيث كان يتم تمثل الإعلام كقطاع إستراتيجي، وعليه كانت أولويات المدرسة الوطنية للصحافة هي تخريج كوادر ملتزمة وحاملة للمشروع الثوري، وكان عدد سنوات التدريس ثلاث سنوات آنذاك إلى غاية 1974، وبداية من الموسم الجامعي (1983-1982) أصبح التدريس والتكوين الإعلامي في الجزائر يتم بمعهد علوم الإعلام والاتصال (بجامعة الجزائر العاصمة)،

حيث اكتسب التكوين بعدا إضافيا تمثل في تغير منحى التكوين البيداغوجي والمعرفي، إثراء مدونة (corpus) التدريس، وكذا إكتناز ونضج تجربة القائمين على التكوين الإعلامي، ومن منظور عام انتقلت العمليات البيداغوجية من تكوين الصحفيين إلى تكوين الإعلاميين وخبراء في الاتصال والعلاقات العامة والتواصل العمومي. وتعتبر هذه المرحلة محطة مهمة من مراحل التكوين الإعلامي ذات الطابع الأكاديمي في الجزائر إذ تميزت بالتعريب الكامل لبرامج ومحتويات التدريس والاتجاه نحو الإعتماد على الكوادر الجزائرية، حيث تم تخصيص توفير إمكانات مادية ولوجستية وبشرية معتبرة.

كما كانت ذات الحقبة مقدمة لتحولات كبرى في مفاصل المشهد الإعلامي، وهذا ما يتجلى من خلال تناسل وزيادة العناوين الصحفية وتطوير تكنولوجيات البث الإذاعي والتلفزيوني. وظلت فكرة التكوين الصحفي المناضل والملتزم لاختيارات الدولة هي السمة التي تميز التكوين الإعلامي. وبعد تجربة معهد علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر، تم توسيع التجربة وتثمينها بفتح أقسام لتدرس علوم الإعلام والاتصال في الجامعات الأخرى، وبحدود سنة 2012 كان هناك حوالي 15 قسما لعلوم الإعلام والإتصال موزعة على مستوى جامعات القطر الجزائري.

بالنسبة لجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، فقد بدأت دراسة الإعلام كتخصص مستقل في كلية العلوم الاجتماعية ببرنامج مبدئي في العام الجامعي 2001 -2002 بتخصصين (تخصص اتصال وعلاقات عامة، تخصص صحافة مكتوبة)، ليتم في عام 2005-2006 استحداث النظام الجديد LMD، فتعزز القسم بمجموعة أخرى من التخصصات على مستوى مسارات الليسانس (اتصال اقتصادي ومالي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، سبر الأراء والرأي العام، اتصال وعلاقات عامة، صحافة مكتوبة)، وشهد العام الجامعي 2009-2010 نهضة ديناميكية جديدة للقسم من حيث مشاريع الماستر، حيث تم دعم مسارات الماستر بتخصصين مستحدثين (صحافة علمية، اتصال الصورة والمجتمع)، كما تم إعداد صياغة جديدة للبرامج الأكاديمية للقسم، شملت بعض الإصلاحات واستحداث تخصصات دقيقة في علوم الإعلام والاتصال، وتزامن هذا الميلاد الجديد بالقسم مع تفعيل الجانب العملي الميداني (تربصات وبعض الخرجات

الميدانية) بصورة متدرجة. وهو ما كان يفتقده البرنامج السابق، حيث تم في فترة وجيزة تجهيز مخبر للسمعي البصري وتوفير مختلف الأجهزة والتقنيات المطلوبة لجميع المقررات العملية. كما شهد العام الدراسي ذاته العديد من الأنشطة التي نبعت من فلسفة ديداكتيكة قائمة على الربط الديناميكي للطلاب بالقسم، من خلال النشاط الموازي للدرس الأكاديمي، وتوفير البيئة التدريبية التكوينية التي تصقل مهارات الطالب العملية وتوسع أفاقه الفكرية من خلال ندوات وملتقيات، وطنية ودولية، كما سعى القسم إلى تفعيل وبعث كثير من تلك الأنشطة حسب ما جاء في الخطة المسطرة، والعمل على تطويرها وتنويعها باستمرار سيرا على المنهج الدينامي والمتجدد الذي يجب رفد دراسات الإعلام والإتصال.

كما وفر القسم مجموعة من المشاريع في مساقات أكاديمية مختلفة في الطور الثاني ماستر وسائل الإعلام والمجتمع، وماستر اتصال صحافة، وماستر الصحافة العلمية، وماستر الإتصال السياحي والذي انطلق في الموسم الجامعي 2014- 2015، وكذا تم بعث مشاريع بحثة على مستوى الطور الثالث (الدكتوراة).

VI - واقع البحث العلمي والأكاديمي في حقل الإعلام والاتصال في الجزائر:

يثير موضوع واقع البحث العلمي والأكاديمي في حقل الإعلام إشكاليات متعددة ومركبة، يرتبط جزء منها بالنماذج المعرفية والأطر النظرية والمنهجية المتبناة، كما يتصل الجزء الأخر منها بالبحث بنوعية الممارسات العلمية والبحثية وخواصها داخل مختلف أقسام علوم الإعلام والاتصال.

و من المفيد الإعتراف بأن عمر البحث العلمي في الإنسانيات بشكل عام لا يزال في بداياته، كما أن أقسام علوم الإعلام والإتصال داخل أغلب الجامعات العربية والجزائرية لا تتجاوز سيرورتها الزمنية ثلاثة أو أربعة عقود، إلا أن كل هذا لا يعفينا من ضرورة مساءلة أداء ومخرجات ما يتم إنتاجه من أبحاث ودراسات ومدى مراعاة هذه الأبحاث والدراسات لضوابط ومتطلبات البحث العلمي الرصين ومدى مطابقتها ومجاراتها للأسئلة والرهانات المعرفية التي تطرحها الظواهر الإتصالية داخل المجتمع. ولعلنا لا نجانب الصواب إذا ما قلنا إن التفكير في مسيرة البحث في علوم الإعلام والتواصل

يتيح لنا صياغة الأسئلة المحفزة على تطوير وفتح آفاق هذه العلوم والمعارف وإنضاج مخرجاتها.

وتتبلور في صلب دراسة ومقاربة الظواهر الإنسانية والإتصالية أسئلة متعددة، ذلك أن البحث في الظواهر الإنسانية والإجتماعية والتواصلية بالمقاربات والمناهج العلمية المنضبطة والممنهجة تشكل في ظل سياق عملية تقليد أفرزتها متغيرات خارجية تاريخية وثقافية وافدة، حيث أن الممارسات البحثية والمعرفية في العلوم الإجتماعية عموما وفي حقل الإتصال بشكل مخصوص لا تزال سجينة التقليد ولم ترقَ بعد إلى المشاركة في إعادة التأسيس، حيث أن الباحثين العرب والجزائريين بشكل مخصوص تعرفوا على مختلف الحقول المعرفية والمقاربات والمناهج في إطار شروط تاريخية لامتكافئة بفعل التأثيرات التي ترتبت عن جدليات التخلف الثقافي والحضاري.

ومن الجدير بنا الإعتراف بأن المنتج البحثي في الحقل الاجتماعي والإتصالي لم ينخرط بعد في توفير شروط خلق المنحى التأصيلي الذي يجاوز الاكتفاء بالتقليد والنسخ كما أنه يفتقر للمبادرة المعرفية (epistemological initiative) حيث أن التوجه البحثي السائد يتبنى ودون نقد أو مساءلة موضوعية نماذج معرفية تتسم بمحدودية مرجعيتها وأطرها الاجتماعية والثقافية، دون الفعل والإسهام في تحويرها وتوسيع أفقها النظري عن طريق إستحضار معطيات سياقية مخصوصة تستوعب المحلي والخصوصي، وتثاقف التقليد وتحوله إلى مشاركة في إعادة الإنتاج وإثرائه.

وبالجملة فإن البحث العلمي والأكاديمي في حقل الإعلام والإتصال في الجزائر يتسم بجملة من الخواص من أهمها تبعيته المعرفية والإبستمولوجية، إفتقاره للتأصيل النظري والمعرفي، واعتماده وتقويته على النظريات الغربية الجاهزة وانفصامه عن واقعه التاريخي والثقافي. إضافة إلى هوسه بالتكميم وطغيان الجوانب الإمبريقية على مختلف المقاربات الكيفية وأولويتها عليها.

أضف إلى ذلك جملة من العوامل التي تعوق الإنتاج العلمي والأكاديمي أساسا، ونذكر منها على وجه الخصوص نقص الإمكانيات والاعتمادات المخصصة للبحث العلمي في الإنسانيات وحقل الإتصال، وعدم إدراك الفاعلين السياسيين والاجتماعيين لأهمية وجدوى المعرفة العلمية في مجال الدراسات الإنسانية، وكذا القبول الأعمى وغير النقدي

للمقاربات والمناهج الغربية والذي لا يتيح إمكانية النظر في هذه المقاربات والمناهج ويحول دون إخضاعها المتواصل للفحص وإعادة الفحص والمساءلة، حيث في المجمل لم تحقق الممارسات البحثية بعد شرط الاستقلال المعرفي ما يجعل الكثير من البحوث في هذا المضمار إما ذات طابع إيديولوجي وإما ترديداً لمعطيات معرفية ومنهجية متداولة في المرجعيات الغربية المتمركزة حول ذاتها وشرطها التاريخي.

ورى أن التفاعل والاستيعاب الحاصل اليوم للمعارف والمناهج والمقاربات تطغى عليه آليات النقل والنسخ المطابق، حيث أننا لم نقم بالتفكير في سبل التأصيل المعبر عن طبيعة وخصوصيات مجتمعنا وثقافتنا، كما أننا لم نوفق في استيعاب أدوات ومعطيات ونتائج المعارف الغربية، ولم نسهم في إعادة تأسيسها أو محاورتها بشكل يساعد على تطور المعرفة العلمية المنتجة المحلية.

إن أي محاولة لبعث منظومة بحثية رصينة في الجزائر سواء في حقل العلوم الإجتماعية أو في حقل علوم الإعلام والتواصل لا تبدأ من فراغ، وإنما تكون لها مقدماتها الأولية التي تصلها بمنظومة البحث العالمية، إذ أن للبحث العلمي مقدماته وأصوله ومراكماته، ويبقى الرهان في صياغة سؤال التأصيل الإبستيمولوجي والمعرفي، وتوفير الظروف الفعلية لإمكانية صياغة هذا السؤال، والعمل على إعادة التأسيس النظري المنهجي في بعده المحلي والخصوصي.

VII - رهانات حقل الإعلام والاتصال ضمن خرانطيات نظام الLMD:

يعد رهان التعليم والتكوين العالي وثيق الإرتباط بالتحولات الاجتماعية الحاصلة على جميع الأصعدة، السياسية والاقتصادية والثقافية، حيث يتشابك ويتأثر بالسلب أو الإيجاب وفق المعطيات والظروف الجديدة التي تطرأ على جل هذه المستويات، ومن ثمة كان لزاما على الفاعلين في السياسات التعليمية تبني استراتيجيات تتماشى ومستجدات العصر، مما يحتم القيام بتغييرات جوهرية في الفلسفة البيداغوجية وأهدافها ونظمها وكذا مناهج التكوين والبحث لتساير وتواكب التطورات الحاصلة على مستوى الجامعات الدولية، وفي ظل هذا التوجه تبنت الجزائر استراتيجية إصلاحية جديدة مستمدة من تجارب دولية، متمثلة في منظومة التعليم العالي الجديد LMD، حيث أريد

بهذه الاستراتيجية من الناحية النظرية الانفتاح على المحيط الاجتماعي والاقتصادي والثقافي الجزائري بكل مكوناته، وأريد لمخرجات (Outputs)هذا النظام التفاعل المنظومات العالمية، وذلك باعتماد معايير الجودة في التكوين والسعي لبلوغ الإمتياز الأكاديمي (Academic excellence) بغية بعث ديناميات جديدة للعلاقة بين الجامعة والمؤسسات الاقتصادية والإستراتيجية، وكذا التأسيس بصفة تدريجية لشروط ثقافة جديدة تكرس لقيم ومفاهيم العولمة والشراكة والانفتاح والمنافسة. وبهدف تحقيق انخراط إيجابي في رهانات التحولات التي عرفها العالم، ظلت الجزائر مقتنعة بأهمية تجديد البنيات والهياكل والمؤسسات وإصلاحها وترشيدها والتسريع بوتيرة انتقالها إلى أزمنة الحداثة والإنفتاح والتنمية المستدامة والشاملة.

ويهدف النظام الجديد في التعليم العالي LMDمن الناحية النظرية إلى خلق ديناميات جديدة تزيد من كفاءة وجودة مخرجات التكوين، وتمكن الطالب من اكتساب المعارف بشكل معمق وتنويعها، مع توسيع فرص التكوين من خلال إعطاء بعد أكثر تخصصا وتناسقا لهيكلية ومساقات الشعب والمسارات الأكاديمية. وفي هذا المنحى جاء تبني هذا النظام الجديد في سياق محاولات تحسين نوعية التكوين الجامعي وخلق نوع من المساوقة والتلاؤم مع باقي الأنظمة التكوينية على المستوى الدولي من جهة، وإعادة بعث التفاعل مع الوسط الخارجي عن طريق اقتراح مسارات تكوينية متنوعة ومتماشية مع الحاجيات الاقتصادية والإجتماعية.

وبالعودة إلى القرارين الوزاريين 136 و137 الصادرين في 20 حزيران 2009 المتعلقين بالتنظيم والتسيير البيداغوجيين للدراسات الجامعية لنيل شهادة الليسانس وشهادة الماستر، وإلى المرسوم التنفيذي 03-09 الصادر في 3 يناير 2009 المحدد لمهمة المرافقة، وإلى المنشور رقم 6 الصادر في 11 أكتوبر 2010، نستخلص أن فلسفة نظام LMD ترتكز على المبادئ التالية [8]:

- التوافق بين متطلبات ديمقراطية الوصول إلى التعليم العالي من جهة، والتركيز على الجانب النوعي للتكوين العالي مع مراعاة مفاهيم التنافسية والأداء من جهة ثانية.
- الحركية بين المسارات داخل هذا النظام، حيث توفر المعابر للطالب حرية أكبر في تغيير وبناء مساره الجامعي وتسهل له الاندماج في الحياة العملية.

- تكييف وتجديد عروض التكوين تبعا للتطور العلمي والتكنولوجي من جهة ولطلب سوق العمل من جهة أخرى.

- انفتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، داخليا وخارجيا.

و تتم عملية التكوين البيداغوجي عبر ثلاثة أطوار متصلة ببعضها ومتكاملة وهي :

- **الليسانس**: يتكون هذا الطور من ست سداسيات ويتم عبر مرحلتين، الأولى تهدف إلى منح الطالب تكوين قاعدي أساسي متعدد الاختصاصات، والثانية أن يكون التكوين أكثر تخصصا. ويبتغي التكوين في هذا الطور تحقيق هدفين هما:

- **هدف مهني وتطبيقي** : حيث يمكن من الناحية العملية للطالب أن يكتفي بدراسة الليسانس المهنية ويتوجه بعدها إلى سوق العمل، أو أن يباشر مزوالة دراسته بالطور الثاني والتحضير لـ: **ماستر مهني**.

- **هدف أكاديمي** : أن يحصل الطالب على ليسانس أكاديمية تمكنه من مواصلة الدراسة في الماستر والدكتوراه.

الطور الثاني أو الماستر: يتكون التعليم من أربع سداسيات يتوج بـ: ماستر مهني في التخصص الدقيق أو في فرع معرفي معين، وماستر أكاديمي.

الطور الثالث أو الدكتوراه: يتكون هذا الطور من ست سداسيات (6) تنتهي بمناقشة أطروحة الدكتوراه والتوجه نحو البحث العلمي والتدريس الأكاديمي.

و من جملة ما نلحظه فإن نظام LMD في الجزائر قد تم فرضه وتطبيقه وكذا إحداث تغييرات جوهرية مست النظامين التكويني والتعليمي بطريقة غير منهجية وغير مدروسة دون فتح نقاش واسع معمق لإشراك وتحسيس كل مكونات المجتمع بطبيعة التغييرات، أبعادها ومستلزماتها، وبأسلوب يخضع للمعطيات والشروط والظروف والإمكانات والخصوصيات الوطنية.

كما نلحظ الإخلال بأحد المكتسبات الركيزية لنظام ل.م.د L.M.D وذلك بعدم تفعيل مبدأ مزاوجة التكوين بين الشق النظري والشق التطبيقي، والتفاعل مع البيئة الخارجية، أن يعد الشركاء الاقتصاديون والاجتماعيون شركاء أساسيين في المعادلة التكوينية.

و بالجملة فإننا نرى بأن هذا النظام التعليمي الجديد لا يخدم نوعية التكوين والبحث في الإنسانيات بشكل عام، وحقل الإعلام والإتصال بشكل خاص، وذلك للعوامل الآتية[7]:

عدم التعامل مع حقل الإعلام والاتصال باعتباره تخصصا علميا معرفيا مستقلا بذاته وقائماً بصلبه حيث تم إلحاقه بأقسام وكليات أخرى تختلف من جامعة إلى أخرى كالعلوم السياسية والحقوق بجامعة **الجزائر والمسيلة**، أو العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة عنابة، وقسنطينة، ومستغانم.

تغييب التكوين المتخصص في السنة الأولى من خلال دمجها ضمن العلوم الاجتماعية أو العلوم السياسية والإنسانية، وهذا على حساب مواد هامة في التكوين الإعلامي للطـالب.

- توسيع وتشظية مجالات التعليم والتكوين عن طريق إلحاق مساقات ومقاييس تابعة لحقول معرفية أخرى على حساب المواد التكوينية ذات العلاقة بجوهر التخصص.
- تقليص فترة الدراسة إلى ثلاث(3) سنوات في الليسانس، وهو ما يجعلنا نتساءل عن إمكانية أن يلم الطالب بالنسيج المعرفي الأساسي لاختصاصه في هذه المدة القصيرة، مع الأخذ بعين الاعتبار السنة الأولى المشتركة مع ميادين تكوينية أخرى.
- نظام LMD يتماشى مع الأعداد المحدودة للطلبة، ولا يمكن للمجهودات التكوينية والبيداغوجية أن تحقق أهدافها المبتغاة مع الأعداد الهائلة التي تتضاعف مع كل دخول جامعي، ولا يمكن لهذه الأعداد أن تستفيد في مجال التكوين وخاصة في المواد العملية التطبيقية كالإخراج والتصوير الصحفي والتصميم وغيرها.
- نقص التأطير البيداغوجي وذوي الإختصاص أمام الأعداد المتزايدة من الطلبة المنتسبين إلى علوم الإعلام والاتصال، مما يحتم اللجوء إلى باحثين وأكاديميين من تخصصات علمية مجاورة.
- عجز المؤسسات الإعلامية والمؤسسات ذات العلاقة بالاختصاص عن استيعاب هذه الأعداد في التدريب أو التوظيف مع العلم أن نظام LMD مرتبط بآليات سوق العمل وبالإتفاقيات القطاعية بين الجامعة بالفاعليين الإقتصاديين والإجتماعيين.

VIII - إستخلاصات وتوصيات:

تعد إشكالية تقييم مسيرة ونشاط البحث العلمي والتكوين الأكاديمي في الحقل الإتصالي والإعلامي من أهم الإشكاليات ذات الراهنية الخاصة التي ينبغي أن يواجهها

الأكاديميون والباحثون في ذات الحقل. ونلحظ أنه لا تزال هناك جملة من العوامل المعرفية والإدارية والإجتماعية تعيق حركية ودينامية البحث العلمي الرصين والمنضبط في حقل المعرفة الإجتماعية عموما وحقل الإعلام والإتصال خصوصا، إذ بعد حوالي أربعة عقود من التجربة في التكوين الأكاديمي والبحث العلمي في حقل الإعلام والتواصل، لم تتبلور بعد سياسة واضحة المعالم للبحث العلمي ولم يتمكن الباحثون من صياغة سؤال التأصيل المعرفي المستقل والنابع من الخصوصية، وعلى المستوى البيداغوجي والتكويني لا تزال أقسام الإعلام والإتصال تعاني التخبط البيداغوجي من بيداغوجيا الأهداف إلى بيداغوجيا الإدماج، إضافة إلى عدم مرونة (inflexibility) النظام التكويني وعدم توفيره للجسور بين الحقول المعرفية الكبرى، وعدم الترابط بين التكوين وحاجيات سوق الشغل، إهمال التكوينات القصيرة والمتوسطة المؤهلة للحياة العملية، وبالمحصلة ضعف مردودية النظام التكويني وتصلبه واتسامه بارتفاع متزايد لنسب الرسوب والمنقطعين عن الدراسة.

ومن خلال ما تم عرضه ومناقشته، توضحت لنا ولو بنسبة تقريبية ملامح وواقع البحث العلمي والتكوين البيداغوجي بالجزائر في حقل الإعلام والإتصال، وعليه أجمعنا على مجموعة من الأفكار والتوصيات والاقتراحات التي نتصور بأنها قد تعين على معالجة بعض النقائص والاختلالات الموجودة في الممارسات البحثية والتكوين الجامعي على حد سواء وهي كالآتي:

إن أي طرح يسعى لتجاوز واقع التبعية المنهجية والمعرفية والتمركز الإبستيمولوجي الغربي، مطالب بأن يبحث عن موطئ قدم لنفسه داخل نسيج المعرفة الإتصالية تأسيسا على الاستيعاب النقدي والبناء والمشاركة الفاعلة في إنتاج نماذج ومقاربات معرفية ونظرية عاكسة للخصوصية الثقافية، إذ أن الاستدراكات النقدية المعرفية جهد مطلوب.

من الضروري توفير دعم مالي مستديم وطويل الأمد (long-term) لمراكز ومختبرات البحث العلمي في الجامعات والمعاهد الجامعية في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية بشكل عام ومجال الاتصال بصفة خاصة.

ضرورة إحياء لجنة أو هيئة وطنية لعلوم الإعلام والاتصال، والتي تتكفل بوضع البرامج الأكاديمية والتدريبية وتضطلع بضمان عملية التنسيق العلمي والمعرفي على

المستوى الوطني واستبطان مبدأ أن التكوين الجامعي يعد مفتاحا لتحقيق جودة الأداء الإعلامي ورافعة لتطويره.

تفعيل الاتفاقات القطاعية عن طريق استحداث هيئة مشتركة بين الجامعة وممثلي المؤسسات الاقتصادية والإجتماعية لإبرام اتفاقيات تعاون علمي مهني، يضمن تكوينا متوازنا بين الجانب النظري والتطبيقي بصفة مستمرة.

مراقبة العملية التكوينية بشكل مستمر ومخطط لضمان جودة التكوين، وانتهاج سياسة تقويم التحيين وتطوير المناهج البيداغوجية والإرتقاء بالأساليب الديداكتيكية، ويكون ذلك عن طريق تشكيل لجان علمية مستقلة تضطلع بتقييم ومتابعة نوعية التكوين الجامعي.

ضبط احتياجات الجامعة من المؤطرين والمساعدين الإداريين بشكل يتناسب وأعداد الطلبة واحتياجاتهم، والعمل على توفير كوادر مختصة ومؤهلة لتكوين طلبة علوم الإعلام والاتصال أكاديميا ومهنيا.

إعادة النظر في معايير وطرق الالتحاق بمسارات علوم الإعلام والاتصال لكي تحتفظ بخصوصياتها كشعب نخبوية.

توفير الجو الملائم للدراسة والظروف المشجعة على البحث العلمي، عن طريق إتاحة المراجع العلمية وتعدد المكتبات وفضاءات الأنترنت والحرص على دمقرطة فرصة استفادة الطلبة من هذه الخدمات، والعمل على صيانة المكتسبات بتبصر وإصرار.

دعوة مؤسسات البحث العلمي الخاصة والعامة ذات التوجهات المستقبلية القومية السليمة لتطوير نشاطها وزيادة فعاليتها في العلوم الإنسانية والاجتماعية.

تعزيز التعاون البيني العربي بين مختلف مراكز البحث العلمي والجامعات، وكذا على مستوى الباحثين والأكاديميين العرب في العلوم الإنسانية وعلوم الإعلام والاتصال وتشجيع التواصل العلمي والمعرفي.

توثيق وتطوير التعاون العلمي بين مراكز البحث العلمي والجامعات في الجزائر والدول الأوربية على أسس من التواصل الندي.

التنبيه إلى مخاطر الهجرة المتكررة للباحثين الجزائريين (brain-drain) وما ترتب ويترتب عنها من نتائج سلبية.

الهوامش:

1- العلوي محمد الطيب، الإدارة التربوية بالمدارس الجزائرية، ج 1، قسنطينة: دار البعث، 1982، ص 14.

2 - العلوي محمد الطيب، مرجع نفسه، ص 15.

3- أحمد مصطفى، مخرجات التدرب المهني وسوق العمل في الأقطار العربية، ط1، ليبيا، المركز العربي للتدريب المهني، 2001، ص ص 51 -58.

4- أحمد مصطفى، المرجع نفسه، ص58.

5- خالد عبد الرحيم الهيتي، أكرم أحمد الطويل، التنظيم الصناعي :المبادئ، العمليات والتجارب، ط2، عمـان: دار الحامد، 1999، ص ص 407-404.

6- أحمد مصطفى، مرجع سـابق، ص ص 265 -266.

7- محمد شطاح، التدريس الإعلامي في المرحلة الجامعية في مؤسسات التعليم العالي في الجزائر، المجلة العربية للإعلام والاتصال، جامعة الشارقة، الأمارات، 2012،ص 133.

8- القانون الداخلي للجامعة الخاص بالطلبة، جامعة قسنطينة.

قائمة البيبليوغرافيا:

- أحمد مصطفى، مخرجات التدرب المهني وسوق العمل في الأقطار العربية، ط1، ليبيا المركز العربي للتدريب المهني، 2001.

- العلوي محمد الطيب، الإدارة التربوية بالمدارس الجزائرية، ج 1، قسنطينة: دار البعث، 1982.

- خالد عبد الرحيم الهيتي، أكرم أحمد الطويل، التنظيم الصناعي :المبادئ، العمليات والتجارب، ط2، عمـان: دار الحامد، 1999.

- محمد شطاح، التدريس الإعلامي في المرحلة الجامعية في مؤسسات التعليم العالي في الجزائر، المجلة العربية للإعلام والاتصال، جامعة الشارقة، الأمارات، 2012.

- القانون الداخلي للجامعة الخاص بالطلبة، جامعة قسنطينة، الموقع الإلكتروني لجامعة قسنطينة.
http://umc.edu.dz

البحث العلمي العربي:

رؤية لتجربة بحوث الاتصال في الأردن وتحدياتها

الدكتور صالح أبو أصبع
جامعة فلدلفيا ـ عمان/ الأردن

مدخل

قبل نحو ثلاثين عاماً استضافت جامعة الإمارات في أكتوبر 1984، مؤتمر أقسام الإعلام، الذي نظمه اتحاد الجامعات العربية[1] وفي ذلك المؤتمر قدمت ورقة اقترحت فيها تأسيس الرابطة العربية للاتصال الجماهيري، وقد تمت الموافقة من حيث المبدأ من قبل اتحاد الجامعات العربية على إنشائها، ولكنها لم تر النور حيث لم تجد من يستضيفها ويتحمل مسؤولية إنشائها.

واليوم أشعر بالسعادة، وأنا أحضر الملتقى الأول للرابطة العربية لعلوم الاتصال، والتي تم تأسيسها بجهود فردية يرجع الفضل فيها إلى الدكتورة مي العبد الله ورفاقها الذين حققوا حلماً راودني منذ ثلاثين عاماً، فاسمحوا لي أن أقدم لها ولرفاقها ولكم جميعاً التحية والشكر لهذا الانجاز الذي سيسهم في دعم البحث العلمي في مجالات الاتصال الجماهيري.

---

1 ـ كنت رئيساً للجنة التحضيرية للإشراف على مؤتمر أقسام الإعلام بالجامعات العربية وقدمت مشروع إنشاء «الرابطة العربية للاتصال الجماهيري». مدينة العين: اتحاد الجامعات العربية وجامعة الإمارات، من 18 ـ 21 نوفمبر 1994 وتم نشره ضمن كتاب ندوة أقسام الإعلام بالجامعات العربية: أعمال الندوة بحوثها وتوصياتها ـ العين/ جامعة الإمارات العربية، 1984م. وأعيد نشره في كتاب: قضايا إعلامية: (دبي: مؤسسة البيان للصحافة والطباعة والنشر 1988 ط 2 عمان: دار مجدلاوي ط 2005م).

وإذا كان لهذه الرابطة من مهمة فإن أولوياتها تتجسد في تشجيع البحث العلمي في الوطن العربي وتعزيزه، ولذا كان اختيار محور هذا اللقاء مناسباً (نحو قراءة نقدية للتجربة البحثية في علوم الإعلام والاتصال في الإعلام العربي)، ليهدف إلى إطلاق التنسيق العلمي والتعاون البحثي بين أساتذة علوم الإعلام والاتصال. وهذا الهدف لا تخفى أهميته، وذلك ببساطة لأن واقع البحث العلمي في الوطن العربي إجمالاً يعاني من وضع ضعيف للغاية لا يمكن مقارنته بالدول المتقدمة وهو يشير إلى واقع مؤسف.

أولاً: واقع البحث العلمي في دول منظمة التعاون الإسلامي

وإذا نظرنا إلى الإمكانيات العربية في مجال البحث والتطوير. ستقابلنا صورة تنقلها إلينا منظمة التعاون الإسلامي (2012): في تقريرها الموسوم بـ «الموقف الحالي للعلوم والتكنولوجيا في دول منظمة التعاون الإسلامي[1] وقد قدّم التقرير واقع البحث والتطوير في بلدان منظمة التعاون الإسلامي من الزوايا التالية:

1) النفقات على البحث والتطوير
2) كثافة البحث والتطوير
3) نصيب الفرد من الإنفاق على البحوث والتطوير
4) رابعاً: عدد الباحثين لكل مليون شخص
5) خامساً: نشر البحوث الأكاديمية
6) سادساً: مؤشر اقتصاد المعرفة (KEI) ومؤشر المعرفة (KI).

وتوفّر إطلالة على الزوايا الخمس الأولى معرفة بواقع البحث العلمي في دول منظمة التعاون الإسلامي ومن بينها الدول العربية التي تشكل عدداً أكثر من النصف، وتُوفّر كذلك بعض المقارنات مع الدول المتقدمة والمتوسط العالمي في مجال البحث العلمي والتطوير. وهنا نستعرض العناصر الخمسة الأولى مع إبراز واقع بعض الدول العربية في هذا السياق.

1- Organiasation Of Islamic Cooperation (2012): OIC Outlook Series: Current Stance Of Science And Technology In Oic Countrieswww.sesrtcic.org/files/article/436.pdf Retrieved 18 November 2014.

1 ـ النفقات على البحث والتطوير

اليوم، تنفق البلدان المتقدمة على البحث والتطوير أكثر من 76 % من النفقات العالمية، وحوالي ثلثها بنسبة 31.7 % في الولايات المتحدة الأمريكية، وربعها 23.2 % في الاتحاد الأوروبي، و 10.9 % في اليابان. ويشكل إنفاق دول منظمة التعاون الإسلامي 2.1 % فقط من إجمالي إنفاق العالم على البحث والتطوير، وما نسبته 8.8 % من الإنفاق الكلي للبلدان النامية، في حين أن الإنفاق الكلي للصين يعادل أكثر من 5 أضعاف مجموع دول منظمة التعاون الإسلامي التي يبلغ عددها 57 دولة، معادة. وفي عام 2000 بلغ إنفاق روسيا وحدها 32.8 مليار دولار، وهذا أكثر من مجموع ما أنفقته دول منظمة التعاون الإسلامي الذي بلغ 26.6 مليار دولار. ومن بين البلدان الأعضاء، كانت تركيا هي الدولة الرائدة بإنفاقها، حيث أنفقت 9,6 % مليار في البحث والتطوير، يتلوها إيران التي أنفقت 6.6 مليار دولار أمريكي، ويشكل إنفاق هذين البلدين 60.3 % من مجموع دول منظمة التعاون الإسلامي. وأنفقت كل من ماليزيا وباكستان وتونس أكثر من مليار دولار[1]. وتشير البيانات المتاحة إلى أن إنفاق الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي «على أنشطة البحث والتطوير هو أقل بكثير من المتوسط العالمي، والتي لا تزال بعيدة عن الهدف ليصبح بحلول عام (2015) 1 % من الناتج المحلي الإجمالي.

2 ـ كثافة البحث والتطوير

تبلغ متوسطات كثافة البحث والتطوير لدول منظمة التعاون الإسلامي 0.81 %، وهي أقل من المتوسط في الاتحاد الأوروبي 1.87 % والمتوسط العالمي البالغ 2.22 % وكذلك المعدل المستهدف من (1 %)[2].

ويمكن تلخيص وضع كثافة البحث والتطوير في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي على النحو التالي:

1- Current Stance of Science And Technology In Oic Countries (2012) www.sesrtcic..org/files/article/436.pdf Retrieved 18 November 2014.

2- Current Stance of Science And Technology In Oic Countries (2012) www.sesrtcic..org/files/article/436.pdf Retrieved 18 November 2014

← من بين الدول الأعضاء ذات البيانات المتاحة التي حققت المعدل المستهدف كانت للآن، تونس، إيران، تركيا، ماليزيا، باكستان، الغابون، المغرب، وأوغندا، والتقارير فيها عن مستويات كثافة البحث والتطوير فيها هي أعلى من 1 %.

← تنفق معظم الدول الأعضاء على البحث والتطوير أقل من 0.7 % من إجمالي الناتج المحلي.

← وبالنظر إلى الأرقام في بعض البلدان المتقدمة الأخرى مثل كوريا (5.24 %) وفنلندا (3.2 %)، والولايات المتحدة الأمريكية (2.87 %) واليابان (2.73 %)، وأما التغير في كثافة البحث والتطوير في معظم البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي بين عامي 2000 و 2010 فهناك انخفاض فيه.

← تمكنت تونس وباكستان والغابون وتركيا وماليزيا وألبانيا زيادة كثافة البحث والتطوير بشكل كبير. وكان أكثر من الضعف في باكستان، وكانت الزيادة في تونس تقريباً أكثر من 1.5 (ضعف ونصف الضعف). وكانت لدى إيران والسودان والمغرب أعلى معدلات في كثافة البحث والتطوير عام 2000، وتفوقت تونس عليها، في حين لحقت تركيا بالمغرب بحلول عام 2010. وشهدت إيران انخفاضاً كبيراً في كثافة البحث والتطوير[1].

3 ـ نصيب الفرد من الإنفاق على البحوث والتطوير

نصيب الفرد من الإنفاق على البحوث والتطوير هو مؤشر يستخدم لإجراء مقارنات بين الدول من حيث مستوى إنفاقها على البحث والتطوير. ويمكن استخلاص الملاحظات التالية عن دول منظمة التعاون الإسلامي فيما يتعلق بنصيب الفرد من الإنفاق في العقد الماضي.

← من بين دول منظمة التعاون الإسلامي التي لديها مستويات نصيب الفرد فوق مئة دولار فقط فإن هناك خمس دول فقط هي: تركيا (131,7$)، وتونس (102,7). ويليهما الغابون (91,9$)، وإيران (89,1$)، وماليزيا (78,6$).

1 - Current Stance of Science And Technology In Oic Countries (2012) www.sesrtcic..org/files/article/436.pdf Retrieved 18 November 2014

← أما بلدان منظمة التعاون الإسلامي المتاحة بياناتها، فإن متوسط إنفاق الفرد على البحث والتطوير 29,6$، وهو أقل بكثير من المتوسط العالمي 244 دولار، والمتوسط في الاتحاد الأوروبي هو 601$. وفي لوكسمبورغ وفنلندا يزيد الرقم على 1400$، وهو أعلى من إجمالي الناتج المحلي للفرد في عام 2010 في سبع وعشرين دولة من دُول منظمة التعاون الإسلامي.

← من عام 2000 إلى عام 2010، زاد نصيب الفرد من الإنفاق على البحث والتطوير بمعدل 20 دولار فقط لبلدان منظمة التعاون الإسلامي، مقارنة بـ 100 دولار للعالم و 229 دولار للاتحاد الأوروبي، والذي يمكن اعتباره مصدراً آخر ومؤشراً للاختلاف بين دول منظمة التعاون الإسلامي وبقية العالم فيما يتعلق بالتنمية العلمية.

← وفي نفس الفترة، كانت تركيا وتونس وإيران وماليزيا أعلى أربعة بلدان لديها زيادة أكثر في نصيب الفرد من الإنفاق على البحث والتطوير، (87,3$)، (80,1$)، (50,7$)، (36,2$)، على التوالي.

← من ناحية أخرى، أظهرت ثلاث دول من 24 دولة في منظمة التعاون الإسلامي المتاحة بياناتها انخفاضاً في نصيب الفرد من الإنفاق على البحث والتطوير. وشهدت الجزائر أكبر انخفاض في هذه الفترة بحيث كان نصيب الفرد من الإنفاق على البحث والتطوير هبط إلى 4.8 دولار[1].

4 ـ عدد الباحثين لكل مليون شخص:

وجود الباحثين المؤهلين هو شرط أساسي لتشجيع الابتكار وتعزيز التنمية العلمية والتكنولوجية للبلد، وتشير الأرقام إلى أن الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي تقع وراء المتوسط العالمي حيث يوجد فيها 649 باحثاً لكل مليون شخص: مقابل المتوسط العالمي 2532 لكل مليون شخص، والفجوة أكبر بكثير بالمقارنة مع الاتحاد الأوروبي الذي لديه ما معدله 6494 باحثاً لكل مليون شخص، وسبع دول من 29 دولة من الدول الأعضاء المتوفرة بياناتها لديها أكثر من 1,000 باحث لكل مليون شخص،

1- Current Stance of Science And Technology In Oic Countries (2012)
www.sesrtcic..org/files/article/436.pdf Retrieved 18 November 2014

اثنان منها وهما الأردن وتونس أعلى من المتوسط العالمي.

لدى سبع دول من الأعضاء أقل من 100 باحث لكل مليون شخص، ومعظمها في أفريقيا جنوب الصحراء. والتفاوت الشاسع موجود بين البلدان الأعضاء؛ فلدى الأردن 8060 باحثا لكل مليون نسمة في حين أن لدى النيجر 53 باحثاً لكل مليون شخص فقط[1].

5 ـ نشر البحوث الأكاديمية[2]:

← يعد نشر البحوث الأكاديمية هو أبرز أنشطة العمل الأكاديمي وأحد المقاييس الهامة التي تستند عليها المؤسسات التي تقوم بتقييم الجامعات وترتيبها[3]. ويظهر مدى أداء جامعة ما من ناحية البحوث الأكاديمية من خلال عدد المقالات العلمية المنشورة في المجلات المفهرسة. والتي تستخدم كمؤشرات لقياس الأداء البحثي للجامعات ومراكز البحوث. والنمو في عدد المقالات على أساس نصيب الفرد هو أفضل مؤشر للإنتاجية في المنشورات العلمية، لأنه يأخذ الانتاجية في الاعتبار مقارنة بالحجم النسبي للسكان في البلدان.

وقدم لنا تقرير منظمة التعاون الإسلامي بيانات عن تطور عدد المقالات في الفترة 2000 – 2011 في دولها للنشر العلمي لدى أعضائها:

← في عام 2011 نشرت الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي 592503 مقالات في المجلات التي يُغطيها مؤشر استشهاد العلوم الموسع (– SCI

1- Current Stance of Science And Technology In Oic Countries (2012) www.sesrtcic..org/files/article/436.pdf Retrieved 18 November 2014

2- Current Stance of Science And Technology In Oic Countries (2012) www.sesrtcic..org/files/article/436.pdf Retrieved 18 November 2014

3- على سبيل المثال انظر التطبيقات التالية التي تجعل من نتائج البحوث مؤشراً هاماً في منهجياتها لترتيب الجامعات:

Academic«التصنيف/ الترتيب الأكاديمي للجامعات العالمية» من جامعة شانغهاي جياوتونغ Ranking of world Universities by Shanghai Jiao Tong University (SJTU)

World Universityاستخدام "التصنيف/ الترتيب الجامعي العالمي" ملحق تايمز للتعليم العالي Rankings by the Times Higher Education Supplement (THES).

وأيضاً تصنيف/ ترتيب الجامعة منظمة التعاون الإسلامي University Ranking (OIC).

EXPANDED) ومؤشر استشهاد العلوم الاجتماعية (SSCI)، ومؤشر استشهاد الآداب والعلوم الإنسانية (A &HCI) مقارنة بـ 20224 مقالاً نشرت في 2006.

على الرغم من أن هناك زيادة أكثر من أربعة أضعاف خلال الفترة 2000 - 2011 فإن كمية ما تم نشره لا يزال أقل من تلك التي نشرت في العالم في بلدان بمفردها مثل الولايات المتحدة والصين. والمقالات المنشورة في ألمانيا وحدها أيضاً قريبة جداً من مجموع منشورات سبعة وخمسين بلدا من البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي[1].

← في المتوسط، أنتجت الدول الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي عام 2000، 16 مقالة لكل مليون (PMP)، في حين ارتفع هذا العدد إلى 58 في عام 2011، ولا تزال منخفضة نظراً إلى أن هذا العدد وصل إلى 2972 مقالة في سويسرا، وفي كندا 1595 مقالة، وفي ألمانيا 1091 مقالة، وفي الولايات المتحدة الأمريكية 1078 مقالة، وفي جمهورية كوريا 919 مقالة، وفي اليابان 586 مقالة، وفي روسيا 198 مقالة وفي الصين 121 مقالة.

← سجلت 50 دولة من الدول الأعضاء وهي سبع وخمسون، زيادة في تلك الفترة، ولكن الزيادة في 24 منها لا يزيد عن 10 مقالات لكل مليون (PMP). وهذا يعني أن التوسع الذي سجل في البلدان ذات العدد القليل من المقالات لكل مليون (PMP) لا تزال محدودة جداً مقارنة مع المرتفعة.

← أخذت إيران، بشكل مطلق، زمام المبادرة في تعزيز الإنتاجية العلمية بزيادة قدرها 267 مقالاً لكل مليون (PMP)، تليها ماليزيا (232)، وتركيا (230)، وتونس (211)، ولبنان (169) وقطر (163) والسعودية (130).

← سجلت خمس بلدان أخرى، هي الأردن وسلطنة عمان والإمارات العربية المتحدة ومصر وأذربيجان زيادة قدرها أكثر من 40 مقالة (PMP).

← 4 دول من أصل 57 عضواً، وهي الكويت وغامبيا وموريتانيا، وتركمانستان، سجلت انخفاضاً في مقالاتها لكل مليون (PMP). وأعلى انخفاض كان في الكويت

1- Current Stance of Science And Technology In Oic Countries (2012). www.sesrtcic..org/files/article/436.pdf Retrieved 18 November 2014.

(32 مقالاً)، في حين كان الانخفاض بالنسبة للآخرين أقل من مقالتين. ومع ذلك، لا تزال الكويت مستمرة في الترتيب السابع، فيما يتعلق بعدد المقالات لكل مليون شخص في عام 2011.

وفقاً لبيانات عام 2011، لا يوجد سوى 16 دولة في منظمة التعاون الإسلامي كان أداؤها أعلى من المتوسط من حيث المقالات لكل مليون شخص. وتقدم لبنان مع (324) مقالاً، وتليه تركيا (315) مقالاً، وإيران (287) مقالاً، وتونس (271) مقالاً، وماليزيا (269) مقالاً، وقطر (232) مقالاً، والكويت (224) مقالاً، والأردن (211) مقالاً. وأصبحت السعودية وسلطنة عمان والإمارات العربية المتحدة وسلطنة بروناي في القمة بعد أن أنتجت كل واحدة منها أكثر من 100 مقال لكل مليون شخص. ونجحت البحرين، ومصر، والجابون وبذلك دخلت قائمة الـ 15 الأعلى مرتبة.

← معظم الدول الأعضاء الأعلى مرتبة تقع في الشرق الأوسط. ففي عام 2011 بلغ متوسط المقالات لكل مليون (PMP) 158 مقالة، مقارنة بـ 32 مقالة في عام 2000.

← المتوسطات للمناطق الأخرى أيضاً زادت في الفترة قيد النظر (شمال أفريقيا: من 31 إلى 76؛ شرق آسيا والمحيط الهادىء: من 6 إلى 33؛ أمريكا اللاتينية في الفترة من 13 إلى 23، جنوب آسيا: من 3 إلى 19؛ وأفريقيا جنوب الصحراء: من 6 إلى 14)[1].

وخلال هذه البيانات يتضح لنا ما يلي:

إن المؤشرات السابقة تشير إلى واقع البحث والتطوير في بلدان العالم العربي ودول منظمة التعاون الإسلامي الذي يقف خطوات بعيدة من الوصول إلى المتوسط العالمي في البحث والتطوير، ويقف بعيداً جداً عن الدول المتقدمة ودول جنوب شرق آسيا. وهذا يجب أن يكون حافزاً لتحدي هذا الواقع والسعي للتقدم في مجال البحث والتطوير للحاق بالركب العالمي المتقدم.

ومن خلال البيانات السابقة يتضح لنا أن معظم الدول العربية ذات الوضع المتقدم عند

1- Current Stance of Science And Technology In Oic Countries (2012)
www.sesrtcic..org/files/article/436.pdf Retrieved 18 November 2014

دول منظمة التعاون الإسلامي هي من الدول الخليجية والدول ذات الكثافة السكانية العالية مثل مصر والمغرب، ويلفت الانتباه تفوق الأردن في عدد الباحثين لكل مليون إذ يقترب ذلك من ثلاثة أضعاف المتوسط العالمي، ومع ذلك في الأردن فإن عدد المقالات لكل مليون شخص كان، مقارنة بعدد الباحثين منخفضاً مقارنة بلبنان وتونس وقطر والكويت.

ثانياً ـ التجربة العربية في البحث العلمي:

مع النمو الكبير في زيادة عدد الجامعات في الوطن العربي، والالتفات الرسمي لأهمية البحث العلمي بالنسبة لتقدم أي مجتمع، ومع الإصدارات الدولية التي باتت تعمل على تقييم الدول وتصنيفها إزداد وعي الحكومات العربية بدعم البحث العلمي قدر الإمكان. ونجد أن الاهتمام بذلك كان واضحاً من خلال المنظمات العربية المشتركة التي تعنى بالبحث العلمي بشكل مباشر مثل اتحاد مجالس البحث العلمي واتحاد الجامعات العربية والمجلس العربي للدراسات العليا والبحث العلمي المنبثق عنه. ومن خلال التعريف بهاتين المؤسستين يمكننا التعرف على رؤيتهما وأهدافهما الداعية للبحث العلمي والاهتمام به ورعايته ودعمه على المستوى العربي.

1 ـ اتحاد مجالس البحث العلمي:

يهدف الاتحاد إلى النهوض بالبحث العلمي من خلال ما يلي:

- توثيق التعاون والتنسيق بين مجالس وأكاديميات وهيئات ومؤسسات البحث العلمي والتقاني في الأقطار العربية.
- توجيه العناية بالبحوث العلمية في كافة الميادين وخاصة ما هو مرتبط بخطط التنمية العربية
- التعاون مع الجهات الأخرى لجعل اللغة العربية لغة البحث العلمي والتقاني ودفع حركة التعريب وتوحيد المصطلحات العلمية.
- العمل على استكمال أجهزة تنظيم البحث العلمي في سائر الأقطار العربية، وعلى دعم الأجهزة القائمة وتمكينها من النهوض بوظائفها الأساسية في خدمة الإنماء والتكامل الاقتصادي والاجتماعي العربي.

- التخطيط لمشاريع بحوث مشتركة بين الأقطار العربية ودعمها ومتابعة خطوات تنفيذها.
- تهيئة المناخ الملائم للعلماء والباحثين العلميين في الأقطار العربية والعمل على الإفادة من الخبرات العلمية العربية المهاجرة.

ويسعى الاتحاد لتحقيق أهدافه بما يلي:

- عقد المؤتمرات والندوات والحلقات الدراسية والدورات التدريبية التي تتعلق محاورها بمتطلبات النهضة العلمية والتقانية في الوطن العربي.
- العمل على تبادل نتائج البحوث والمعلومات العلمية.
- تنظيم برامج لتبادل الخبرات بين الأقطار العربية في مجالات البحث العلمي والتقاني.
- متابعة تنفيذ برامج البحوث العلمية المشتركة.
- توثيق البيانات العلمية بإنشاء قواعد معلومات للبحوث العلمية وللباحثين ولأجهزة البحث العلمي وللدوريات العلمية في الوطن العربي، وجعلها في متناول الجامعات ومراكز البحث العلمي والمؤسسات المختصة العربية.
- التعاون مع الاتحادات والمنظمات العربية والإقليمية والدولية التي تنشط في المجالات العلمية، وبما يؤدي إلى دعم البحث العلمي في الوطن العربي[1].

2 - اتحاد الجامعات العربية[2]

ومن أهداف الاتحاد المرتبطة بالبحث العلمي ما يلي:

← العمل على أن تكون اللغة العربية لغة التعليم في الجامعات مع الاهتمام باللغات الحية والسعي لتوحيد تعريف المصطلحات العلمية والاهتمام بالترجمة.

← تشجيع إنشاء مراكز البحوث ودعم إجراء البحوث العلمية المشتركة وتبادل نتائجها

1- http://www.fasrc.org/index.php/pages/page Details/17/ % A3 % D9 % 87 % D7% AF % D8 % A7 % D9 % 81 - % D8 % A7 % D9 % 84 % D8 % A7 % D 8 % AA % D 8 % AD % D8 % A7 % D8 % AF

2- WWW.AARU.EDU.JO Retrieved 18 November 2014.

والعناية بالبحوث التطبيقية وربط موضوعاتها بخطط التنمية العربية الاقتصادية والاجتماعية.

← دعم عمليات تطوير أداء الجامعات العربية واستقلالها وتأكيد الحرية البحثية والأكاديمية لأعضاء هيئة التدريس فيها وحماية حقوقهم وتقوية أواصر التعاون بينهم.

← دعم وتحفيز التميز والإبداع وتشجيع الأنشطة الطلابية المشتركة بين الجامعات العربية[1].

وقام اتحاد الجامعات العربية بإنشاء هيئة تابعة للاتحاد تسمى المجلس العربي للدراسات العليا والبحث العلمي تكون لها شخصية اعتبارية مستقلة.

وتتمثل أهداف المجلس فيما يلي:

← إجراء حصر شامل ودقيق لواقع الدراسات العليا ومراكز البحث العلمي القائمة في الجامعات العربية.

← تشجيع إجراء البحوث الأساسية والتطبيقية التي تُعنى بمشاكل الوطن العربي وبتكوين القدرة التكنولوجية الذاتية والإسهام في تحديث أساليب البحث العلمي في الجامعات العربية.

← الإفادة من إمكانيات الجامعات العربية في أعمال جامعية عربية مشتركة في مجالات الدراسات العليا والبحث العلمي.

← التعاون مع الجامعات العربية لرسم الخطط والبرامج لتأهيل أعضاء هيئات تدريس يتميزون بالكفاية والقدرة على التدريس ونشر البحوث باللغة العربية مع اللغات المختلفة.

← رسم الخطط لنظم التدريب المستمر لأعضاء هيئة التدريس والبحث العلمي بكافة الأساليب التنظيمية.

← تشجيع النشر العلمي في الجامعات العربية والتنسيق بين المجلات العلمية التي يصدرها الاتحاد ودعمها، وتوثيق البحوث العلمية.

← تقديم الاستشارات الفنية والدراسات في مجالات التنمية في الوطن العربي[2].

هذا وقد أنشأ اتحاد الجامعات العربية الجمعيات العلمية في الجامعات أعضاء اتحاد

1- http//:www.aaru.edu.jo/Pages?Brief.aspx Retrieved 18 November 2014

2-http://www.aaru.edu.jo/Lists/AdGenCouncil/Disp Form.aspx?ID = 3 Retrieved 18 November 2014.

الجامعات[1] وذلك بهدف تنسيق التعاون بين الكليات المتناظرة في الجامعات العربية، أعضاء الاتحاد، قرر مجلس الاتحاد تأسيس تسع عشرة جمعية علمية تضم كل منها الكليات المتناظرة في حقول المعرفة المختلفة ومن بينها ـ الجمعية العلمية لكليات الإعلام ومركزها كلية الإعلام ـ جامعة القاهرة.

ومن الأهداف العامة للجمعيات العلمية المرتبطة بالبحث العلمي:

1 ـ العمل على أن تكون اللغة العربية لغة التعليم، والسعي إلى توحيد المصطلحات العلمية.

2 ـ تشجيع البحث العلمي والبحوث المشتركة وتبادل نتائجها وربط موضوعات البحوث التطبيقية بخطط وبرامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

3 ـ تشجيع إنشاء مراكز البحوث المتخصصة.

4 ـ العمل على إنشاء شبكة ربط للمعلومات في مجال تخصص الجمعية.

5 ـ عقد الندوات والمؤتمرات العلمية المتخصصة.

ثالثاً ـ التجربة الأردنية في البحث العلمي:

لا يوجد شك أن الاهتمام بالبحث العلمي والمؤسسات العلمية في الأردن يلقى عناية حكومية رسمية تتمثل في ما يلي:

1 ـ سن القوانين الخاصة برعاية البحث العلمي.

2 ـ إنشاء مؤسسات ترعى البحث العلمي مثل: الجمعية العلمية الملكية/ المجلس الأعلى للعلوم والتكنولوجيا/ صندوق دعم البحث العلمي.

3 ـ إنشاء الجوائز العلمية.

ولكن لم تستطع هذه المواقف الرسمية المشجعة للبحث العلمي أن تخلق جواً ملائماً للبحث العلمي بشكل عام، لم تخلق بحوثاً في مجال الاتصال إلا بجهود فردية قليلة جداً.

وبحوث الاتصال بفروعها المختلفة هي بشكل رئيسي نتيجة جهد أولئك الأفراد المنتمين إلى أقسام الإعلام في الجامعات الأردنية، ونتيجة جهد بعض الأفراد في أقسام

1- http://www.aaru.edu.jo/Lists/AdGenCouncil/Associations.aspx Retrieved 18 November 2014

علم الاجتماع والسياسة والتربية الذين درسوا دور الاتصال من زوايا تخصصاتهم وهي دراسات قليلة ومبعثرة، ولا تستند إلى جهد منظم. وقد قامت الحكومة الأردنية بإنشاء عدة مؤسسات معنية بالبحث العلمي ومن بينها المجلس الأعلى للعلوم والتكنولوجيا وصندوق دعم البحث العلمي المنبثق عن وزارة التعليم العالي والبحث العالي العلمي، وهنا نقدم تعريفاً بهاتين المؤسستين:

1 - «المجلس الأعلى للعلوم والتكنولوجيا»[1]:

أنشيء «المجلس الأعلى للعلوم والتكنولوجيا» في عام 1987 تحت قانون رقم (30) كمؤسسة عامة مستقلة، تعمل كمظلة وطنية لكافة أنشطة العلوم والتكنولوجيا في الأردن، وذلك لبناء قاعدة علمية وتكنولوجية وطنية تسهم في تحقيق الأهداف التنموية من خلال زيادة الوعي بأهمية البحث العلمي والتطوير، وتقديم الدعم المالي المناسب له، وتوجيه النشاط العلمي والبحثي ضمن أولويات وطنية تنسجم مع التوجهات التنموية، وإنشاء مراكز متخصصة في البحث والتطوير كلما دعت الحاجة إلى ذلك، ودعم الإبداع والريادة للإسهام في ترجمة الأفكار العلمية والتكنولوجية إلى منتجات وأعمال تجارية، وعقد الاتفاقات المتعلقة بالتعاون العلمي والتكنولوجي مع الجهات المحلية العربية والدولية، وتمثيل المملكة في النشاطات العلمية والتكنولوجية عربياً وإقليمياً ودولياً.

قدّم المجلس الأعلى للعلوم والتكنولوجيا المشروع الوطني للاحتياجات والإمكانات العلمية والتكنولوجية والإبداعية[2]:حدد ضمن هذا المشروع المرحلة الثانية: الإمكانات العلمية والتكنولوجية والإبداعية/ 2011 والتي تتمثل في: أولويات البحث العلمي قطاع

1- http://hcst.gov.jo/ar/?category name – % D9% 85% D9% 82% D8% AF% D9% 85% D8% A9 Retrieved 18 November 2014

2- Htt://hcst.gov.ho/ar/?category name – %D8% A7% D9% 84% D9% 85% D8% B4% D8% A7% D8% B1% D9% 8A% D8% B9% D8% A7% D9% 84% D9% 85% D8% Af% D8% B9% D9% 88% D9% 85% D8% A9 % D9% 85% D9% 86% D8% B5% D9% 86% D8% AF% D9% 88% D9% 82% D8% Af% D8% B9% D9% 85% D8% A7% D9% 84% D8% A8% D8% Ad% D8% AB% D8% A7 Retrieved 18 Novwmber 2014.

الثقافة والفنون والإعلام الموجودة في جدول رقم (1):

جدول رقم (1) أولويات البحث العلمي في المملكة الأردنية الهاشمية للسنوات 2011 - 2020 ص - 18 - 19		
	الموضوع	المسألة البحثية ذات الأولوية القصوى
1	بنوك المعلومات الخاصة بالثقافة والفنون والإعلام ومراكزها	1 - أثر إدارة نظم المعلومات واستخدامها في مجالات الثقافة والفنون والإعلام 2 - أثر التكنولوجيا الرقمية في المنتجات الفنية والثقافية والإعلامية
2	دور الثقافة والفنون والإعلام في حفظ تاريخ الأردن وتراثه وهويته العربية	3 - تقييم دور المؤسسات الثقافية الأردنية الرسمية والأهلية في ترسيخ الهوية الوطنية. 4 - دور القلم التسجيلي في توثيق الهوية الأردنية
3	استطلاعات للرأي حول تفضيلات المواطنين في مواضيع الثقافة والفنون والإعلام	5 - تقييم دور الإعلام ووسائله وأثره في نشر الوعي الوطني
4	توظيف المنتجات الثقافية والفنية والإعلامية في تعزيز القيم المدنية والوحدة الوطنية في المجتمع	6 - عناصر القوة والضعف في الخطاب الإعلامي للدولة الأردنية ودورها في التنمية 7 - الثقافة والفنون بصفتها مصدراً للقوة المادية والمعنوية في المجتمع الأدرني 8 - دور القطاع الخاص في تنمية الثقافة والفنون والإعلام
5	دور الثقافة والفنون والإعلام في تكريس البعد الإنساني ونبذ التطرف والإرهاب	9 - أثر وسائل الإعلام الأردنية في معالجة قضايا العنف المجتمعي 10 - دور المؤسسات الثقافية والإعلامية في حماية الإبداع
6	تعزيز المناعة القيمية (الأخلاقية، والروحية، والسلوكية) عند المجتمع والشباب	11 - دور المجتمعات المحلية والمؤسسات التربوية في تعزيز مكارم الأخلاق من خلال الثقافة والفنون والإعلام 12 - دور الثقافة والفنون والإعلام في تثبيت قيم العمل والإنتاج 13 - أثر الإنترنت والفضائيات في القيم لدى الشباب الأردني 14 - أثر الإعلام الأردني في القيم عند الشباب
7	دور الثقافة والفنون والإعلام في التقريب بين المجتمعات العربية والحضارات المختلفة (فهم الآخر)، وتبادل الخبرات بينها	15 - أثر التراث الفني الإسلامي في الحضارات الأخرى 16 - دور الفنون والإعلام في تكريس الحوار مع الآخر 17 - كيفية بناء جسور التواصل مع الأقليات الأردنية المهاجرة من خلال الفنون والثقافة والإعلام
8	الثقافة والفنون والإعلام وسيلة مثلى لتصميم البرامج الإعلامية في التربية والتنمية الوطنية الشاملة في الأردن وتنفيذها	18 - توظيف التقنيات الحديثة في استقطاب الجمهور للإنتاج الفني 19 - طرق وأساليب إشاعة القيم الجمالية وتعزيزها في المجتمع الأردني

9	أثر التحديات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية في الواقع الفني والثقافي والإعلامي الأردني في ظل العولمة	20 ـ قياس اتجاهات الجمهور الأردني إزاء النتاج الفني والثقافي والإعلامي 21 ـ الثقافة والفنون والإعلام في مواجهة التحديات الراهنة والمستقبلية
10	الثقافة والفنون والإعلام: الأخلاقيات والمهنية وتنمية روح الإبداع والتجديد	22 ـ منظومة الإبداع الثقافي والإعلامي: طبيعتها وشروطها وتنميتها 23 ـ تحليل المعايير الثقافية والفنية في عملية التنشئة الاجتماعية 24 ـ سبل تطوير النشاطات اللامنهجية في الجامعات الأردنية وأثرها في التنمية الجامعية
11	الثقافة والفنون والإعلام: دراسات مقارنة	25 ـ النقد الفني في الإعلام وأثره في رفع الذائقة الفنية لدى المتلقي
12	نشر ثقافة الفكر النقدي	26 ـ الحريات العامة ودورها في نشر ثقافة الفكر النقدي
13	دور الجامعات والمعاهد العلمية في تطوير البحث العلمي في مجالات الثقافة والفنون والإعلام	27 ـ دراسة الآثار الايجابية لنشر ثقافة البحث العلمي ومتطلبات الشباب الأردني لتنمية 28 ـ ثقافة الإنتاج والفكر النقدي
14	الثقافة والفنون والإعلام ومستقبل اللغة العربية الترجمة بوصفها وسيلة انفتاح على ثقافة الآخر	29 ـ دور المؤسسات الثقافية والفنية والإعلامية في المحافظة على سلامة اللغة العربية 30 ـ دور الترجمة في الانفتاح على الثقافات العالمية بما يضمن مواكبة اللغة العربية لروح العصر 31 ـ تطوير برامج الترجمة في الخطط الدراسية في الجامعات الأردنية

2 ـ صندوق دعم البحث العلمي[1]

تم إنشاء صندوق دعم البحث العلمي في المملكة بموجب المادة (13) من قانون التعليم العالي والبحث العلمي رقم 4 لسنة 2005، والمادة 9 من القانون رقم 23 لسنة 2009 وتعديلاته.

ويهدف إلى ما يلي:

أ ـ دعم البحوث العلمية المقدمة من الباحثين الأردنيين.

ب ـ تشجيع المشاركة العلمية والبحثية في مؤسسات التعليم العالي.

ج ـ توجيه الباحثين نحو البحوث العلمية الأكثر فائدة لتلبية حاجات المجتمع الأردني.

د ـ تقديم الدعم المالي لمشروعات البحث العلمي التي تُقدمها الجامعات الأردنية والمؤسسات العامة والخاصة ذات العلاقة.

1- http://www.srf.gov.jo/about.html Retrieved 18 November 2014

هـ ـ منح الباحثين المتميزين في مؤسسات التعليم العالي جوائز عمّا يقدمونه من بحوث علمية متميزة.

و ـ دعم إصدار المجلات العلمية الأردنية المتخصصة والمُحكمة.

ز ـ المساهمة في دعم المؤتمرات العلمية المُحكّمة التي تعقدها الجامعات الأردنية والمؤسسات ذات العلاقة بالبحث العلمي داخل المملكة.

ح ـ الاهتمام بحل المشكلات التي تواجهها المؤسسات والشركات الأردنية في تطوير صناعتها ومنتجاتها وخدماتها وتمكينها من تحسين قدراتها التنافسية، وذلك بالتنسيق مع الجامعات الأردنية وهذه الشركات لحل هذه المشكلات.

ط ـ التعاون مع الهيئات المحلية والعربية والمنظمات العالمية والدولية في مجال دعم البحث العلمي والتطوير التقني.

ي ـ تقديم الدعم المالي بما يخدم توظيف العلوم والمعارف في البحث العلمي لتطوير التكنولوجيا وتوجيهها إلى حل المشكلات.

ك ـ تقديم الدعم المالي لبناء القدرات في مجالات البحث العلمي المختلفة بما في ذلك المتعلق منها بحماية الملكية الفكرية وتسجيل براءات الاختراع.

ل ـ المساهمة في تمويل برامج البحث العلمي والمشروعات التي تنفذ بموجب اتفاقيات تعاون علمي وتقني مع الدول والمنظمات الدولية والمؤسسات العربية والإسلامية والأجنبية.

م ـ دعم طلبة الدراسات العُليا المتفوقين أكاديمياً في الجامعات الأردنية وذلك من خلال تقديم المنح الدراسية ودعم البحوث التي يعملون عليها، على أن يكون الطالب متفرغاً لذلك.

وقد حدد الصندوق الأولويات الوطنية للمشروعات البحثية في قطاع العلوم الإنسانية والاجتماعية والاقتصادية المقدمة لنيل الدعم من الصندوق خلال الدورة البحثية الثانية لعام 2014[1]، حيث طالب بأن تتقدّم الدراسات البحثية ذات الطابع الاستراتيجي المتعلقة بالعلوم الإنسانية والاجتماعية والاقتصادية، وذلك ضمن المحاور العلمية الآتية:

1- http://www.srf.gov.jo/priority.html Retrieved 18 November 2014.

1 ـ السياسات التربوية والتحديات التي تواجه التعليم العام والتعليم العالي.

2 ـ تقييم مناهج العلوم (الفيزياء، الكيمياء، الرياضيات) وأثرها على مستقبل العلوم في الأردن.

3 ـ الحاكمية ومعايير الجودة في المؤسسات الوطنية.

4 ـ الهجرات القسرية والآثار الاجتماعية والاقتصادية والتربوية لحالة عدم الاستقرار السياسي في المنطقة.

5 ـ إدارة الاقتصاد والآثار الاجتماعية والاقتصادية للتحويلات المالية.

6 ـ المحاكمات العادلة وحقوق الإنسان.

7 ـ تطور القانون الأردني منذ تأسيس الإمارة.

8 ـ الاستثمار واقع الحال (الطموحات والبيئة التشريعية).

9 ـ حقوق الملكية الفكرية.

10 ـ تطوير الإطار القانوني للوقف.

11 ـ دولة القانون.

12 ـ أخلاقيات الأعمال والمسؤولية المجتمعية.

13 ـ الاجتهاد والفتوى: الضوابط والآثار.

14 ـ التطرف وخطورته على الأمن القومي

كما نلاحظ هنا أن هذه الأولويات لا يدخل ضمنها أي موضوع إعلامي.

ويلفت الانتباه إلى أن بعض المؤسسات الرسمية التي ترعى البحث العلمي وتحدد أولوياته تفتقد الرؤية التي تنظر إلى أهمية بحوث الاتصال في المجتمع الأردني من حيث الإسهام في تنميته وتأثيراته في التنشئة الاجتماعية وتشكيل الرأي العام. كما يظهر ذلك في أولويات صندوق دعم البحث العلمي المذكورة أعلاه.

وكما يظهر لنا ضآلة الإنتاج العلمي في مجال الاتصال، وعدم إيلاء الباحثين وخصوصاً الأردنيين الاهتمام الملائم بالبحث العلمي، على الرغم من وجود فرص لتمويل بحوثهم من جامعاتهم أو من صندوق دعم البحث العلمي في مجال الإعلام، وتخصيص نسبة 3 % للبحث العلمي و 2 % للابتعاث لتنفق من ميزانية الجامعات.

فها نحن نرى أن المجلس الأعلى للعلوم والتكنولوجيا قد قام بتحديد أولويات البحث

العلمي في قطاع الثقافة والفنون والإعلام 2011 - 2020 إذ حدد أربعة عشر مجالاً عاماً ذات أولوية في مجال الثقافة والإعلام وحدد (واحداً وثلاثين) موضوعاً للدراسة من بينها (ستة وعشرين) موضوعاً هي من مجالات البحث الاتصالي.

ومن الأمور التي تثير الاستغراب أن الأولويات الوطنية المقترحة للمشروعات البحثية المقدمة لنيل الدعم من صندوق دعم البحث العلمي. قد تم تحديدها بـ (أربعة عشر) محورا ذات طابع استراتيجي في قطاع العلوم الإنسانية والاجتماعية والاقتصادية. وليس بينها محور واحد خاصّ بالإعلام والاتصال، وكأنّ العاملين في صندوق البحث العلمي لم يطلعوا على ما حدده المجلس الأعلى للعلوم والتكنولوجيا من أولويات البحث العلمي في الأردن خلال عشر سنوات (2011 - 2020).

رابعاً - التجربة الأردنية في بحوث الاتصال الجماهيري[1]:

لا تدّعي هذه الدراسة أنها دراسة شاملة وحصرية لبحوث الاتصال في الأردن، ولكنها اعتمدت على دراسة إحصائية لواقع البحث الاتصالي في جامعتي اليرموك والبتراء. وهما رائدتان في تدريس علوم الاتصال والإعلام في الأردن. والدراسة تمت لما أنتجه أعضاء هيئة التدريس في الجامعتين خلال السنوات الخمس الأخيرة التي تمتد ما بين (2008 - 2014) ولم تشمل الدراسة الجامعات الأخرى لحداثتهما من ناحية، ولقلة أعضاء هيئة التدريس فيها من ناحية أخرى، ويمثل عدد الباحثين في جامعتي اليرموك والبترا (39) باحثاً أي ما نسبته 57 % من إجمالي أعضاء هيئة التدريس في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الأردنية. ونقدم تعريفا.

في عام 1980 أدخلت جامعة اليرموك برنامج الصحافة والإعلام ليكون أول برنامج لتدريس الإعلام في الأردن، وليظل البرنامج قسماً تحت مظلة كلية الآداب إلى أن

1- في 30/11/2014 استضافت جامعة فيلادلفيا حفل توزيع جوائز البحث العلمي لطلبة الجامعات الأردنية السادس عشر الذي ينظمه مركز دراسات الشرق الأوسط وعدد من الجامعات الأردنية. وكان من المؤسف أن أرقام المشاركة من الجامعات الحكومية والجامعات الخاصة التي يبلغ عددها نحو (30) جامعة وعدد طلابها يزيد على (236) ألف طالب وطالبة كان عدد المتقدمين للجائزة فقط (19) طالباً وطالبة. وهذا مؤشر خطير على عدم إيلاء البحث العلمي أهميته في الدراسات الجامعية في الأردن.

تحول إلى كلية في عام 2008 وكانت جامعة البترا الخاصة هي ثاني جامعة تقدم برنامج الصحافة والإعلام وذلك عام (1991) في بداية العقد الأخير من القرن العشرين ولتتحول إلى كلية عام 2014 وبعد ذلك توالى إنشاء كليات وأقسام الإعلام في جامعة الشرق الأوسط وجامعة جدارا ومعهد الإعلام الأردني وجامعة الزرقاء وأحدثها قسم الصحافة في جامعة فيلادلفيا.

ويبلغ عدد أعضاء هيئة التدريس العاملين في مجال علوم الاتصال في تلك الجامعات (68) موزعين على سبع جامعات، ونعتبر هنا أن جميع العاملين في أقسام الإعلام مهما كانت جنسياتهم يحتسبون ضمن الإمكانيات البحثية وإنتاج البحث الأردني. وجاء عددهم كما يلي:

جدول (2) أعضاء هيئات التدريس في أقسام الإعلام بالجامعات الأردنية	
الجامعة	عدد الباحثين
جامعة اليرموك قسم الصحافة والإعلام 1980 - كلية الاتصال 2008	25
جامعة البترا 1991	14
جامعة الشرق الأوسط 2005	8
جامعة جدارا 2008	4
معهد الإعلام الأردني 2010	6
جامعة الزرقاء 2010	7
جامعة فيلادلفيا 2013	4
المجموع	68

ونقدم هنا تعريفا بما تقدمه الجامعات من تعريف بأهمية البحث العلمي سواء كان ذلك في رؤيتها أو أهدافها أو رسالتها. مما يعطي مؤشراً لمدى أهمية البحث العلمي لديها.

1 ـ كلية الإعلام ـ جامعة اليرموك[1]

تأسست كلية الإعلام عام 2008، امتداداً لقسم الصحافة والإعلام الذي أسس عام 1980، تضم الكلية حالياً أكثر من (1000) طالب وطالبة، ويبلغ عدد أعضاء هيئة

1- http:??www.yu.edu.jo/?option – com k2&view–itemlist&layout–category &task–category&id–14&Itemid–175Retrieved 18 November 2014.

التدريس في هذه الأقسام (25) عضواً يحملون مختلف الرتب الأكاديمية، ويعمل في الكلية مساعدا بحث وتدريب، و (24) فنياً وإدارياً.

وللأسف فإن موقع الجامعة لا يحدد لكلية الإعلام رؤيتها أو أهدافها أو رسالتها

2 ـ قسم الصحافة والإعلام ـ جامعة البترا[1]

تأسس قسم الصحافة والإعلام بجامعة البترا، عام 1991 مع بداية تأسيس الجامعة، وهو أول قسم إعلام تم إنشاؤه في الجامعات الأردنية الخاصة.

الأهداف:

من بين الأهداف العديدة لقسم الإعلام ثلاثة أهداف تتصل بالبحث العلمي ولكنها لا تخاطب البحث الإعلامي بشكل واضح ومحدد وهي:

1 ـ تأمين الدراسات اللازمة والكفاءات لتطوير قطاع الإعلام الوطني وشؤون المهنة.

2 ـ رفع كفاءة الفاعلية التعليمية والبحوث العلمية وربطها بأولويات خدمة المجتمع.

3 ـ السعي لإصدار دورية سنوية أو نصف سنوية متخصصة في البحوث والدراسات الإعلامية وتطوير مجلة أوراق جامعية الإخبارية الثقافية المنوعة.

3 ـ كلية الإعلام ـ جامعة الشرق الأوسط[2]

تعد كلية الإعلام التي نشأت عام 2005 في جامعة الشرق الأوسط رائدة في طرح برنامج الماجستير في الإعلام ضمن المعايير المعتمدة من قبل وزارة التعليم العالي.

ويشمل برنامج الماجستير مسارين: الأول برسالة يكتبها الطالب والثاني المسار الشامل يتقدم فيه الطالب لامتحان شامل بالمواد التي درسها.

الأهداف:

خدمة المجتمع في مجال البحث العلمي وتقديم الاستشارات والخبرات، وربط

1- https://www.uop.edu.jo/faculties/Faculty/aspx?ang=ar&=5&location=faculties&page=013.

2- http://www.meu.edu.jo/ar/index.php?option=com content&view=article&id=137:faculty-of media&catid=14: sample = data-articles&Itemid=763.

أولويات كلية الإعلام ورسالتها العلمية، ومشاريعها البحثية بحاجات سوق العمل المحلي والعربي.

ويتضح لنا هنا ضبابية هدف البحث العلمي ضمن رسالة الكلية وأهدافها.

4 ـ قسم الإعلام وتكنولوجيا الاتصال ـ جامعة جدارا[1]

تم إنشاء قسم الإعلام وتكنولوجيا الاتصال عام 2008 بهدف تقديم المعارف والمهارات الإعلامية المميزة للطلبة من أبناء الوطن.

الأهداف:

1 ـ تزويد الطلاب بالمعارف والمهارات اللازمة لإنتاج المواد الإعلامية لكل وسائل الإعلام المقروءة ووالمسموعة والمرئية.

2 ـ تزويد الطلبة بالخبرات والمعارف النظرية والعملية وتهيئتهم ليكونوا قادرين على العمل في السوق الإعلامي المعاصر.

3 ـ تزويد الطلبة بالمعارف النظرية لبناء المرجعية العلمية السليمة.

ونجد أن البحث العلمي لا يقع ضمن أهداف القسم.

5 ـ معهد الإعلام الأردني[2]

يسعى معهد الإعلام الأردني إلى المساهمة في إرساء معايير جديدة للتعليم الصحفي في الأردن ومنطقة الشرق الأوسط. ويقدم المعهد برنامج الماجستير والبرامج التدريبية المتخصصة في مجال الصحافة والإعلام. ويشكل برنامج الماجستير النواة الأساسية لتطوير مهارات البحث والكتابة الصحفية وإرساء المعايير الأخلاقية للصحافة الحقيقية لدى الطلاب.

ونجد أن الهدف عام جداً وهو تطوير مهارات البحث.

1-http://www.jadara.edu.jo/module.php?type=mod section&dtype=19&ftype = 5.

2- HTTP://WWW.JMI.EDU.JO/AR/Content/C-1/% D8% B9% D9% 86% D9% 85% D8% B9% D9% 87% D8% AF% D8% A7% D9% 84% D8% A5% D8% B9% D9% 84% D8% A7% D9% 85% D8% A7% D9% 84% D8% A3% D8% B1% D8% Af% D9% 86% D9% 85%

6 ـ كلية الصحافة والإعلام ـ جامعة الزرقاء[1]

تأسست كلية الصحافة والإعلام في جامعة الزرقاء في الفصل الدراسي الأول من عام 2010 ـ 2011، إن الهدف من كلية الإعلام هو تخريج إعلاميين مؤهلين للقيام بمختلف أشكال البحث العلمي الإعلامي، لخدمة قضايا المجتمع، والتنمية بمختلف أشكالها. أما الخطط المستقبلية للكلية فتتضمن عقد مؤتمر سنوي دولي واستضافة المؤتمر الدولي للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال، وعقد اتفاقيات تعاون في مجالات تدريب الطلبة مع المؤسسات الإعلامية، والسعي لإصدار مجلة علمية محكمة في مجال الصحافة.

رؤية ورسالة كلية الصحافة والإعلام[2].

تهدف هذه الكلية إلى الآتي: نشر المعرفة وتعزيز التعاون البحثي العلمي مع المؤسسات العلمية المحلية والعربية والدولية.

ونجد أن هدف تخريج إعلاميين مؤهلين للقيام بالبحث العلمي الإعلامي كان واضحاً في جامعة الزرقاء على غير ما قدمته الجامعات الأخرى.

7 ـ قسم الصحافة ـ جامعة فيلادلفيا[3]

تأسس قسم الصحافة كأحد أقسام كلية الآداب والفنون بجامعة فيلادلفيا في العام الجامعي 2012/ 2013 وتشتمل الخطة التدريسية لهذا التخصص التطبيقي في مجال الصحافة.

أ ـ رؤية القسم:

يسعى القسم إلى أن يصبح تخصص الصحافة تخصصاً ريادياً بطبيعته المتخصصة

1- http://www.zu.edu.jo/ar/Collage/Press and Media/index.aspx?id=6

2- http://www.zu.edu.jo/ar/Collage/Press and Media/Vision And Mission. aspx?id = 6 & 1534 D83A 1933715A = 11 d7 a205f 0347292b31 b779ae1 ed280ced2cb68c

3- http://www.philadelphia.edu.jo/arabic/2013 - 09 - 12 – 05 – 50 – 45.

في الإعلام المكتوب في المنطقة العربية، ويلتزم بتطبيق المعايير المعتمدة عالمياً، ويحرص على تطبيق ضبط الجودة، ويلعب دوراً حيوياً في نشر مصادر المعرفة الحديثة في المجتمعات المحلية والعربية.

ب ـ رسالة قسم الصحافة:

1 ـ إعداد الطلبة إعداداً جيداً للعمل الإعلامي في جميع التخصصات في المؤسسات الإعلامية الرسمية والخاصة.

2 ـ إعداد طلبة يمتلكون مهارات كتابية وعملية متقدمة، ويحرصون على التطور المهني المستمر ويستخدمون التكنولوجيا الحديثة في مجال تخصصهم، ويتعاونون بشكل فعال مع غيرهم من المتخصصين لتطوير مراجع الصحافة في الأردن والدول العربية.

ونجد أن جامعة فيلادلفيا لم تبرز هدف تخريج إعلاميين مؤهلين للقيام بالبحث الإعلامي بين أهدافها.

ولعل افتقار الجامعات الأردنية إلى رؤية واضحة في تحديد دور واضح لأقسام وكليات الإعلام في تعزيز البحث العلمي وتخريج طلبة قادرين على البحث العلمي، وتحديد دور واضح لأعضاء هيئة التدريس في البحث العلمي يعكس أزمة البحث الإعلامي في الأردن.

ومراجعة للبحوث الاتصالية في الأردن خلال العقد المنصرم سيعطينا صورة عن واقع البحث العلمي في مجال الاتصال، ولعل قراءة لما قدمه أساتذة الاتصال في أقدم قسمين لتدريس علوم الاتصال والإعلام في جامعة اليرموك وجامعة البترا[1] يعطينا صورة واضحة بل فاضحة لواقع بحوث الاتصال في الأردن.

1ـ انظر في موقع جامعة البترا البحث العلمي الانتاج العلمي: أبحاث ودراسات وفيه أعضاء الهيئة التدريسية على امتداد حياتهم الأكاديمية

https://www.uop.edu.jo/Research/MembersResearch.aspx?lang=ar&dean=dsrhe&location=research&page=201

جدول (3) واقع النشر العلمي في جامعة اليرموك وجامعة البترا بين أعوام 2008 - 2012						
الكتاب 2008 - 2014	عدد البحوث	الفترة الزمنية 2014 - 2008	عدد الكتب	الفترة الزمنية	عدد المؤتمرات	الفترة الزمنية
جامعة البترا 14 (12 دكتوراه + 2 ماجستير)						
إبراهيم فؤاد محمد الخصاونه	7	2013 + 2010	1	2011	X	X
أحمد حسين	6	2009 - 2014	X	X	4	2009 - 2012
تيسير أبو عرجة	4	2012 - 2009	3	1012 - 2010	X	X
تيسير مشارقة	X	X	1	2013		
حسام العتوم	2	2011	X	X	X	X
زهير الطاهات	1	2011	1	2011	X	X
عبد الرزاق الدليمي - محمد صاحب سلطان	3	2014	X	X	X	X
عبد الكريم علي الدبيسي وزهير الطاهات	2	2012 - 2013	X	X	1	2011
عبد الكريم علي الدبيسي	6	2012 - 2014	2	2010 - 2013	X	X
سهير سوداني	X	X	1	2008	X	X
محمد صاحب سلطان	X	X	7	2011 – 2014	X	X
منال المزاهرة	X	X	4	-2011 2008	2	2010 – 2009
نبيل الحادري	X	X	X	X	1	2011
المجموع	31		20		8	59
جامعة اليرموك عدد الباحثين 25 (12 دكتوراه + 10 ماجستير + بكالوريوس) طلاب ماجستير 122						
حاتم علاونة	3	2011	X	X	X	X
حاتم علاونة وعلي نجادات	2		X	X	X	X
علي نجادات	1	2011	X	X	X	X
علي نجادات وحاتم علاونة وعزت حجاب	1	2011	X	X	X	X
محمد هاشم السلعوس	1	2010	X	X	X	X
محمد القضاة	1	2010	X	X	X	X
المجموع	9	X	X	X	X	X
المجموع الكلي	40		20		8	68

قام الباحث بدراسة واقع البحث الإعلامي من خلال دراسة أقدم قسمين أكاديميين لتدريس الإعلام في الأردن. وهما قسم الإعلام في جامعة اليرموك وقسم الإعلام في جامعة البترا خلال السنوات الست الأخيرة ما بين أعوام 2008 - 2014.

والدراسة هي رصد إحصائي تعطينا مؤشرا كمياً لواقع الدراسات الإعلامية في هاتين الجامعتين، وهما إلى حد كبير يمثلان واقع الدراسات الإعلامية في الأردن. [انظر جدول (3) واقع النشر العلمي في جامعة اليرموك وجامعة البترا بين أعوام 2008 - 2012].

ومن خلال الجدول رقم (3) أعلاه يتضح لنا أن مجموع أعضاء هيئة التدريس في أقسام الإعلام في الجامعتين يبلغ (39) عضواً، أنتجوا أربعين بحثاً وعشرين كتاباً

وثماني مشاركات في مؤتمرات علمية، وذلك على امتداد خمس سنوات أي ما مجموعه (68) بمعدل (13.6) مشاركة علمية في السنة لجميع أعضاء هيئة التدريس، وإذا احتسبنا البحوث فقط فهي تصل إلى خمسة بحوث في السنة أي بمعدل ما يقترب من عُشْرَي بحث (0.2) للباحث الواحد، وعُشر كتاب للباحث الواحد.

ولم يقم الباحث بتقديم دراسة لتحليل مضمون الأبحاث تلك ولكن ملاحظات الباحث تشير إلى ما يلي:

1 - ضآلة الإنتاج مقارنة بعدد أعضاء هيئة التدريس فيهما والمدى الزمني الذي تم فيه رصد النتاجات العلمية لهم على مدى خمس سنوات.

2 - الغالبية العظمى للدراسات هي دراسات مسحية لبعض الظواهر الاتصالية وخصوصاً دراسة استخدامات الاتصال الجديد بين طلبة الجامعات. وهذا يرجع لسهولة التواصل إلى مجتمعات العينة، وسهولة الوصول إلى البيانات وجمعها وتصنيفها وتحليلها باستخدام برنامج SPSS الإحصائي حيث يقوم بهذه المهمة، نيابة عن الباحث، محترفون، وغالباً ما يكتفي الباحث بعرض النتائج كما أفرزتها نتائج البرنامج الحاسوبي في جداول. ولا يقوم الباحث بتفسير النتائج بطريقة تظهر رؤيته وإبداعه.

3 - قليل جداً من الدراسات استخدم دراسة تحليل المضمون، ويرجع ذلك إلى أن هذا المنهج يحتاج جهداً شخصياً مباشراً، وقدرة على تحديد وحدات التحليل وتعريفها تعريفات إجرائية دقيقة.

4 - تخلو الدراسات من استخدام المنهج التاريخي لدراسة بعض الظواهر الاتصالية ودراسة تطور الاتصال في المجتمعات العربية وتطور مؤسساته الإعلامية.

5 - تكاد تخلو الدراسات الاتصالية من الدراسات التي تناقش مشاكل المجتمع وشرائحه المختلفة. فليس هناك دراسات عن الطفل أو المرأة أو العمال واستخداماتهم لوسائل الإعلام وتأثيرها عليهم.

6 - تخلو الدراسات الإعلامية من دراسات تغطي دراسة الوسائل الإعلامية نفسها والقائم بالاتصال وعلاقته بالسلطة.

7 - الدراسات المرتبطة بقوانين الإعلام وحرية الصحافة محدودة للغاية.

8 - تظهر تواريخ النشر لباحث واحد عدة بحوث منشورة في سنة واحدة، وهي ظاهرة

يمكن تفسيرها بانقطاع الباحث عن مهمته البحثية طيلة سنوات عديدة، ويكتشف أن قطار الترقية اقترب من أن يفوته فيحاول اللحاق به.

9 ـ ضمن الإنتاج العلمي الذي تم رصده يظهر لنا ضآلة مشاركة الباحثين في المؤتمرات العلمية سواء كانت في جامعتهم ذاتها، أو في مؤتمرات الجامعات الأردنية أو العربية التي تعقد سنوياً مثل مؤتمر فيلادلفيا ومؤتمر كلية الإعلام بجامعة القاهرة وغيرهما.

10 ـ تظهر الدراسة أن عدد الكتب في هذه الفترة هي (20) كتاباً، ويلاحظ أنه صدر لكاتب واحد خلال أربع سنوات سبعة كتب وثلاثة بحوث مشتركة.

خامساً ـ استنتاجات ختامية وتوصيات:

لا شك أن تقدم أي أمة يعتمد على إنجازات البحث والتطوير فيها، وأن مستوى البحث العلمي في الوطن العربي لا يبشر بالخير مقارنة بعدد سكانه وعدد الجامعات فيه وعدد أعضاء هيئة التدريس الملتحقين بها. وقد بينت الدراسات الاحصائية التي قدمتها منظمة العالم الإسلامي مستندة إلى تقارير اليونسكو والبنك الدولي وإحصائيات الاتحاد الأوروبي صورة مقارنة لواقع البحث والتطوير في البلدان العربية والإسلامية مع الدول المتقدمة أمريكا وأوروبا ودول آسيا الناهضة. هذه الأرقام تبدو لنا هشاشة أوضاعنا، وضعف إنتاجنا البحثي، ومن خلاله يمكن أن نتساءل عن أسباب القصور في البحث العلمي والتطور والنشر العلمي ويمكننا أن نلخص ظواهر قصور البحث العلمي في الوطن العربي وخصوصاً في مجال الاتصال والإعلام فيما يلي[1]:

1 ـ الافتقار إلى الأمانة العلمية لدى البعض والسرقات العلمية في بعض الأبحاث.

2 ـ افتقار بعض الباحثين إلى إجادة إجراءات البحث العلمي.

3 ـ افتقار بعض الباحثين إلى الإلمام بالإحصاء الضروري لإجراء البحوث التطبيقية وتوظيفه بطريقة مناسبة.

1ـ انظر صالح أبو اصبع: النشر العلمي العربي: أزمة نشر أم أزمة بحث؟ رؤية نقدية (مجلة الناشر العربي، اتحاد الناشرين العرب ـ العدد السادس، يناير 1986م.
وانظر مقدمة كتاب: مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي تأليف روجر ويمر وجوزيف دومينيك (بيروت: المنظمة العربية للترجمة 2013).

4 ـ اعتماد البحوث بهدف الترقية فقط مما يجعل الباحثين غير معنيين بالبحث العلمي إلا لهذا الهدف.

5 ـ نقص اللغة الثانية لدى الباحثين وهي ضرورية للبحث العلمي مما يفقد الباحثين القدرة على مراجعة البحوث ذات الصلة ببحوثهم.

6 ـ التركيز على البحوث المسحية لسهولتها وانحصارها في مجالات محدودة جداً معظمها تكاد تكون مرتبطة باستخدامات وسائل الإعلام.

ويلاحظ من الاعتماد على هذا المنهج ما يلي:

أ ـ تكرار بحوث أجريت في الدول الأخرى وتطبيقها.

ب ـ اختيار عينات غالباً ما تكون عشوائية أو ذات حجم صغير، واستخدام عينات متوفرة وخصوصاً طلبة الجامعة التي ينتمي إليها الباحث لسهولة الوصول إليها وتعميمها على الأردن.

ج ـ الاعتماد على مختصين في برامج Spss في تفريغ المادة وإعطاء النتائج.

د ـ لا يقدم الباحث تحليلاً للبيانات، وفي الغالب يعتمد على عرض البيانات نسبة كذا، أكثر من كذا دون تفسير ماذا يعني هذا ولماذا كان هذا.

هـ ـ قصور التعريفات الإجرائية في البحوث، وفي وضع الفروض المناسبة.

و ـ كثيراً ما تستخدم أسئلة إنشائية أو أنها تقدم أسئلة محشوة.

7 ـ ضآلة البحوث التاريخية/ وتحليل المضمون/ والنظرية والبحوث التجريبية.

8 ـ أوعية النشر التي يمكن الوثوق بها تكاد تكون محدودة.

أ ـ بعض المجلات المرتبطة بجامعات عربية مرموقة، ترسل الموافقات على النشر ما دام الباحث قد أرسل قيمة النشر 300 ـ 500 دولار ثمناً للنشر.

ب ـ بعض المجلات المرموقة تخضع للفساد وتنشر بحوثاً لا تستحق النشر اعتماداً على صلة الباحث بالمسؤولين عن النشر وأصحاب القرار في النشر.

9 ـ العمل الجماعي في البحوث مفقود ولذا نجد أن البحوث المشتركة ضئيلة للغاية.

10 ـ عدم استغلال إمكانيات الدعم للبحث العلمي من وزارة التعليم العالي/ والشركات/ والجامعة ذاتها، خصوصاً الجامعات الخاصة الملتزمة بالإنفاق على البحث العلمي.

11 ـ عدم الإفادة من الخبرات الأجنبية/ المشتركة والمنح الأوروبية والأجنبية في تمويل البحوث.

12 ـ عدم الاستفادة من طلبة الدراسات العليا في البحث العلمي.

13 ـ ثقافة البحث العلمي غير ناضجة في المجتمع العربي، ولذا فالتعامل مع البحوث الميدانية لا يلقي استجابات مناسبة مما يقود إلى ملء الاستمارات باستهتار شديد يؤثر على مصداقية البيانات.

توصيات:

لا يكفي وجود تشريعات تدعم البحث العلمي، أو إيجاد صناديق مالية لتمويل البحوث العلمية، وكذلك أثبتت التجارب على مر السنوات أن حافز الترقية الأكاديمية ليس كافياً لإنجاز البحث العلمي (Publish or Perish) إذ نجد أن حافز الترقية ينتهي عند البعض بعد الحصول على الأستاذية حيث يتوقف عن النشر بعد حصوله على الأستاذية، كما أن البعض لا يرون الترقية حافزاً كافياً مقابل الاستمتاع بالراحة وما دام الظرف الأكاديمي يسمح لهم بالاستمرار في وظيفتهم دون ترقية لعدة سنوات تمتد على عشر سنوات في بعض الجامعات الرسمية وبدون تحديد في الجامعات الخاصة.

ولذا يحتاج البحث العلمي في الأردن وباقي الدول العربية زراعة بذور البحث العلمي في المجتمع وذلك بـ:

← تعزيز فكرة البحث العلمي في المناهج الدراسية منذ المرحلة الابتدائية وتطويرها.

← تعزيز الفكر الناقد وحرية التفكير في مختلف المراحل الدراسية في المدرسة والجامعة والدراسات العليا.

← التدريب المناسب على استخدام المناهج العلمية وكتابة البحوث العلمية وتدريسها في مختلف المستويات.

← توفير حوافز مادية وأدبية لتشجيع البحث العلمي من خلال المسابقات والجوائز لأفضل البحوث.

← تكليف مباشر لإنجاز البحوث المرتبطة بأولويات البحوث الخاصة بالمجتمع وخصوصاً تلك التي حددها المجلس الأعلى للعلوم والتكنولوجيا فيما يختص بقطاع

الثقافة والفنون والإعلام (2011 - 2020).

← هناك حاجة ماسة إلى التشبيك بين الباحثين لإجراء بحوث مشتركة لباحثين من عدة جامعات أردنية أو جامعات عربية، مما يوفر دراسة أوسع وأعمق لظواهر مجتمعية على مستوى محلي أو عربي.

← التوسع في استخدام برنامج الحاسوبي (Turn In) الذي يحدد مدى أصالة البحوث التي تقدم للنشر مما يحدّ من ظاهرة السطو العلمي في الأبحاث.

← أن تنأى بعض الدوريات المحكمة عن الهدف التجاري في عملية النشر، والتحكيم المتساهل للبحث المقدم للنشر.

← أن تصبح إجازات التفرغ العلمي لإنجاز البحوث وليس للانتقال للتدريس في جامعة أخرى بهدف تحصيل دخل إضافي على حساب الهدف من التفرغ وهو إنجاز مشروع بحث علمي.

← هناك حاجة ماسة إلى مزيد من الدراسات في مجالات تم إغفالها من قبل باحثي الاتصال والإعلام، ونقترح العناوين المدرجة أدناه لتكون موضوعات للبحث الإعلامي بالإضافة إلى الأولويات التي اقترحها المجلس الأعلى للعلوم والتكنولوجيا[1].

أ - التأثيرات على المجتمع في مجالات محددة

- تأثير البرامج الثقافية على تغيير السلوك عند الجمهور.
- تأثير البرامج الثقافية والتعليمية على المعرفة عند البالغين.
- تأثير البرامج الدرامية على السلوك.
- تأثير وسائل الإعلام على استخدامات اللغة العربية.
- استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وانعكاساته على العملية التربوية.
- تأثير الإعلانات على الجمهور من حيث تنمية عاداته الاستهلاكية.
- تأثير استخدام التلفزيون على العادات والقيم الاجتماعية.
- سلوك العائلة أثناء مشاهدة التلفزيون.
- دراسة التأثيرات الفضائيات العربية على الثقافة العربية.

1- صالح أبو أصبع (2005) قضايا إعلامية ط - 2 (عمان - دار مجدلاوي) انظر ص. 13 - 16.

- دراسة التأثيرات الفضائيات العالمية الناطقة بالعربية على الثقافة العربية.
- دراسات عن الرأي العام في قضايا محددة تشغل المجتمع.
- دراسات عن دور وسائل الاتصال في وضع الأجندة للجمهور في قضايا تشغل المجتمع.
- دراسات عن دور وسائل الاتصال في قضايا عربية مثل قضية فلسطين/ الحراك العربي/ الثورات الشعبية إلخ.

ب ـ التأثير على الطفل

- تأثير أفلام الكارتون على خلق الصور، والنموذج عند الأطفال.
- دور كتب قصص ومجلات الأطفال أمثال السوبرمان والوطواط في تشكيل تصورات لمثُل الطفل العربي وقيمه وللعالم الخارجي.
- تأثير مشاهدة التلفزيون على التحصيل الدراسي عند التلاميذ.
- تأثير الألعاب الإلكترونية على التحصيل الدراسي عند التلاميذ.
- تأثير مشاهدة التلفزيون على النشاطات الأخرى عند الأطفال مثل اللعب، القراءة، الاندماج الاجتماعي إلخ.
- تأثير البرامج الثقافية والتعليمية على المعرفة عند الأطفال.
- تأثير وسائل الإعلام على التنشئة الاجتماعية للأطفال.
- دراسة تأثير المحطات الفضائية المتخصصة بالطفل.

ج ـ تدفق المعلومات

- دراسات عن تدفق المعلومات بين أقطار الوطن العربي.
- دراسات تأثير عن تدفق التدفق الإعلامي الأجنبي على الثقافة الوطنية؟
- دراسات عن تدفق المعلومات من الوطن العربي إلى الوسائل الإعلامية الغربية
- دراسات عن تدفق المعلومات من العالم الغربي إلى الوطن العربي.
- دراسات عن تأثيرات الإذاعات الأجنبية المنافسة على الرأي العام المحلي.

د ـ المؤسسات الإعلامية

- دراسة حالة للمؤسسات الإعلامية (التلفزيون/ الصحيفة/ الإذاعة/ دار النشر) بهدف التعرف على مشاكلها وحلها.
- إجراء دراسات عن واقع الإعلاميين والعمل على تشخيص المشاكل التي يمكن أن تعيق تأدية واجباتهم.
- الاختبار المسبق للبرامج على عينات قبل بثها على الجمهور مما يساعد في تعديل الرسالة وتحسينها لتكون أكثر فعالية لتحقيق أهدافها.
- إجراء دراسات عن المغربل (Gatekeeper) في المؤسسات الإعلامية.
- تحليل المضمون للصحف العربية، التلفزيون والبرامج الإذاعية.
- إجراء دراسات عن القوانين المنظمة ومواثيق شرف المهنة للاتصال والإعلام.
- إجراء دراسات عن الحريات الاتصالية والإعلامية.
- تقييم الدورات البرامجية للإذاعة والتلفزيون.
- دراسات عن تاريخ وسائل الإعلام في سياقها الاجتماعي والسياسي.
- دراسات عن تأثير الإخراج الفني في الوسائل المطبوعة على تلقي الرسالة من قبل الجمهور المستهدف.
- دراسات عن تأثير القوالب التلفزيونية على تلقي الرسالة من قبل الجمهور المستهدف.
- دراسات عن تأثير القوالب الإذاعية على تلقي الرسالة من قبل الجمهور المستهدف.
- كيف يمكن أن يكون شكل من أشكال وسائل الاتصال بديلاً للآخر مع الأخذ في الاعتبار التداخل بين أشكال الاتصال الشخصي والجماعي والجماهيري والتفاعلي؟
- دراسات عن دور النشر.

هـ ـ التأثيرات المجتمعية والتنمية المستدامة

- دراسة إسهام وسائل الإعلام في التنمية ونشر المبتكرات أو «الأفكار المستحدثة»
- إجراء دراسات تقويمية للبرامج والحملات الإعلامية.
- دراسة التأثيرات الفضائيات العربية على التنمية.
- دراسة التأثيرات الفضائيات العالمية على التنمية.

- دراسة التأثيرات الصحافة العربية على التنمية.
- دراسة التأثيرات الإذاعات العربية على التنمية.

و ـ تأثيرات وسائل الإعلام الجديدة على المجتمع

- دراسة تأثير وسائل الإعلام الجديدة واستخداماتها وإشباعاتها مثل استخدام الأنترنت والهاتف الجوال والألعاب الإلكترونية.
- دراسة للمواقع الإلكترونية وتحليل مضامينها.
- دراسة للصحافة والإذاعات الإلكترونية وتأثيرها على الوسائل التقليدية.
- دراسة للكتاب الإلكتروني وتأثيره على الكتاب الورقي.
- دراسة لمواقع لتواصل الاجتماعي وتأثيرها على شرائح المجتمع المختلفة.
- دراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في نشر ثقافة التسامح.
- دراسة لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في نشر ثقافة التكفير.
- دراسة للفضائيات العربية وتأثيرها في نشر ثقافة التسامح.
- دراسة للفضائيات العربية وتأثيرها في نشر ثقافة التكفير.

ز ـ الصورة النمطية

- دراسة تأثير وسائل الإعلام الجديدة على الصور النمطية للمرأة.
- دراسة الصور النمطية لفئات المجتمع (المعلم ـ الشرطي ـ الفلاح) إلخ في وسائل الإعلام.
- دراسة الصور النمطية للآخر في الوسائل الإعلامية العربية.
- دراسة الصور النمطية للإسلام والمسلمين في الوسائل الإعلامية الأجنبية.
- دراسة الصور النمطية عن العرب لدى الغرب.

إشكاليات بحوث الإعلام في الأردن

دراسة تحليلية

د.عبد الرزاق الدليمي

جامعة البتراء- عمان/ الأردن

تمهيد

تعتبر بحوث الإعلام من المقاربات التي تضمنتها عمليات التأثير الكبير لوسائل الإعلام حيث تركز هذه البحوث على دراسة وسائل الإعلام والاتصال والتعرض إليها من مختلف الفئات الاجتماعية في محاولة للربط بين هذه الوسائل وما يتحقق من استهلاكها من قبل الجمهور المتلقي. (الدليمي 2011)

تواجه بحوث الاتصال والإعلام العديد من المعوقات التي تحد من وجودها وتحول دون الاستفادة من نتائجها وتحويلها إلى قرارات حيث إننا نجد أن ما تنتجه البحوث من معلومات أو تصدره من توصيات لا يصل إلى متخذي القرار والمخططين وواضعي السياسة الإعلامية، ولذلك فإن البحوث كثيراً ما تنتهي حياتها في دواليب المحفوظات أو رفوف المكتبات دون أن يقرأها أو يسمع عنها من هو في أشد الحاجة إليها من العاملين في الميدان، ولذلك قد تكون هناك بحوث جيدة وفيرة العدد تجري كل عام لكن ما قيمتها وما جدواها إذا لم تطبق نتائجها ويتم استخدامها في حل المشكلات على صعيدي المؤسسات الإعلامية والتعليمية. (الدليمي 2012).

1 ـ مفهوم البحوث العلمي :

هو البحث العلمي في مجال علوم الإعلام والاتصال يسعى إلى تقديم إجابات أو حلول لمسائل أو مشكلات إعلامية واتصالية معينة. والبحوث الإعلامية بحوث أساسية لأنها

تقدم إجابات نظرية عن مشكلة البحث أو بحث تطبيقي إذا قدم إجابات عملية. (الدليمي 2014)

ومن بين المجالات التي تشكل مجالاً للبحث والدراسة. وبحوث الاتصال وبحوث الصحافة المكتوبة وصحافة الأنترنت والإذاعة والتلفزيون والتواصل الاجتماعي وغيرها (Rosengren, K. E., & Windahl, S. (1972) هناك الكثير من الأسئلة التي يمكن أن تطرح حول المشكلات الإعلامية ذات الصلة المباشرة بعمل الإعلام والتي تحتاج إلى البحث والدراسة من بينها:

- اتجاهات الجمهور نحو وسائل الإعلام
- كيف يتم التغلب على التشويش على سير العملية الاتصالية.
- استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة منها (Katja Valaskivi 2007).
- استثمار وسائل الإعلام ورسائلها في تحقيق الأهداف السياسية او الاجتماعية او الثقافية او غيرها (Liina Puustinen, Peter Thomas, Mervi 2008 Pantti).
- بحوث تتعلق بالعلاقات العامة
- أساليب الدعاية والإعلان

2 ـ متطلبات البحوث الإعلامية:

هناك العديد من المتطلبات التي يحتاج إليها الباحث الإعلامي لغايات إجراء البحث أهمها:

- توفر الإمكانات المادية والتسهيلات التي يتطلبها إجراء البحث
- امتلاك الباحث للمهارات البحثية والقدرات العقلية التي تمكنه من النقد والتحليل وصياغة الأفكار وربطها.
- أن يتمتع الباحث بالصبر والمثابرة والقدرة على بناء العلاقات الإيجابية مع الأفراد المشاركين في البحث.
- التواصل مع المكتبات والاستفادة من مصادر المعلومات المتوفرة.
- القدرة على تطوير أدوات القياس وإتقان المهارات التي تتطلبها إجراءات البحث

- القدرة على تحليل البيانات وتفسير نتائجها.
- عرض المعلومات والنتائج التي يتم التوصل إليها بصورة سهلة ومبسطة يسهل فهمها.
- 8-الاعتماد على النفس في التحليلات الإحصائية واستخدام الحاسوب والتقنيات اللازمة التي تتطلبها إجراءات البحث نظرة في بعض مشكلات البحوث الإعلامية ومعيقاتها - من بين المشكلات التي تواجه الباحث في البحوث الإعلامية ما يلي:
- تنوع التصاميم وتعدد المهارات البحثية وتنوع المشكلات البحثية وتداخلها.
- تعدد مصادر المعلومات وتنوعها والتعامل مع عدد كبير من المتغيرات.(George W. Musambira ,2009).
- طبيعة المتغيرات وأدوات قياسها حيث تكون معظم المتغيرات مجردة أكثر منها محسوسة فهي تفتقر لأدوات قياس متفق عليها بخلاف أدوات القياس في علوم أخرى مثل الرياضيات والفيزيائي مثل قياس الوزن أو الطول مثلاً (Merrigan,Gerianne & Huston2004)
- صعوبة تحقيق التوازن بين الصدق الداخلي والخارجي، إي فيما إذا كانت فقرات الاختبار على علاقة إيجابية مع محتوى الاختبار (صدق داخلي) أو على علاقة إيجابية مع اختبار آخر مصمم لقياس نفس السمة أو السلوك (صدق خارجي).
- صعوبة التحكم بمتغيرات البحوث الإعلامية الناتج عن صعوبة عزل المتغيرات الأخرى التي تؤثر على السمة المقاسة (Wimmer, Roger, D & Dominick, Joseph, R. 1991).
- مشكلات جمع المعلومات وتطبيق أدوات القياس نظراً لشروط وتعليمات هذه الأدوات وميل بعض المفحوصين لتزييف الإجابات خاصة في المقاييس النفسية والمتعلقة بالاتجاهات والقيم.
- مشكلات في تحليل النتائج وتفسيرها وقدرة الباحث على استخدام الإحصائيات والاختبارات المناسبة.
- مشكلات دقة الأدوات.

• المشكلة الأساسية أن اغلب مواد البحوث الإعلامية هي الانسان.

تتلخص مشكلة البحث بالإجابة على سؤال أساسي (ما هي المشاكل التي تعترض الباحثين في مجالات الاتصال والإعلام في الأردن؟)

- أهداف البحث تتلخص بما يلي:

أولا: رصد وتوثيق إشكاليات إجراء البحوث الإعلامية في الأردن.

ثانيا: تقديم دراسة علمية ذات موثوقية عالية عن إشكاليات البحوث الإعلامية في الأردن.

ثالثا: تسليط الضوء على التجربة الأردنية في مجال بحوث الإعلام.

رابعا: تقديم مقترحات يمكن أن تسهم في تجاوز الإشكاليات التي تعترض سير عمليات إجراء البحوث الإعلامية في الأردن.

خامسا: إفادة الباحثين في مجال الإعلام بدراسة قد تساعدهم على تكوين أفق علمي أوسع إضافة إلى رفد المكتبة العربية ببحث تخصصي جديد يعالج مشكلات طالما كانت عائقاً أمام زيادة نوع وكم البحوث الإعلامية سيما لأساتذة الإعلام في الجامعات.

- ويمكن تحديد أهمية هذه الدراسة في ضوء الاعتبارات التالية:

أ - الأهمية النظرية:

1 - يستمد هذا البحث أهميته من أهمية موضوعه كونه يتصدى لجزء حيوي من مهام أساتذة الجامعات داخل المجتمع، فهذه الفئة تعدّ طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، وتحتاج للعناية والمحافظة عليها لتأمين مستقبلها ومستقبل المجتمع.

2 - الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة في عمليات إجراء البحوث الإعلامية.

3 - تمهيد الطريق أمام إجراء عدد من البحوث التي تتناول جوانب أخرى بصورة علمية وشاملة، بما يسهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي، وإثراء المكتبة العربية بدراسات حديثة من هذا النوع.

ب - الأهمية العملية:

1- التعرف على إشكاليات إجراء البحوث الإعلامية في الأردن.

2- يتوقع أن يستفيد من نتائج هذا البحث الباحثون بشكل عام والباحثون الإعلاميون على وجه الخصوص سيما وإن أغلب الاشكاليات متشابهة بين كل الباحثين في الوطن العربي.

وقد اقتصرت هذه الدراسة على أساتذة الإعلام العاملين في كليات الإعلام في ثلاث جامعات أردنية (اليرموك وهي جامعة حكومية وفيها أقدم قسم للإعلام، وجامعة البترا الأهلية وفيها قسم قديم جدا بعد اليرموك، وجامعة الشرق الأوسط الأهلية).

الحدود الزمانية : تم تنفيذ هذه الدراسة في النصف الثاني من العام 2014 في الأردن.

- ويتحدد هذا البحث بمجموعة من المحددات على النحو الآتي:

- تقتصر نتائج البحث على إجابات أفراد العينة على الاستبانة التي تم تصميمها وتوزيعها على أساتذة الإعلام المتواجدين في كلياتهم فترة إجراء البحث.

- قلة الدراسات السابقة حول موضوع الدراسة وخاصة في البيئة الأردنية.

- رغم أن البحث أجري على عينة من أساتذة الإعلام في ثلاث كليات للإعلام في الأردن إلا أن بعض نتائج البحث تنطبق على البيئات المشابهة في بعض كليات وأقسام الإعلام في الوطن العربي.

3 - الدراسات السابقة العربية والأجنبية:

1 - دراسة د محمد عبد الرؤوف كامل 2007 بعنوان "اتجاهات بحوث الصحافة والإعلام في أمريكا ومصر"/ المؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية أخبار اليوم وتوصلت الى ان دوريات البحوث في أمريكا أكثر انتظاما من الدوريات المصرية وتتضمن بحوثاً أكثر وأفضل.

2 - دراسة الدكتور يعرب خيون 2007 بعنوان «مشاكل البحث العلمي في مجال التربية الرياضية".

تناول فيه خطوات تحليل المعلومات لأن البحث العلمي يختلف عن الكتابة العادية لأنه

يقوم على تفسير وتحليل دقيق للمعلومات المجمعة لدى الباحث ويكون التحليل عادة بإحدى الطرق التالية:

أ. تحليل نقدي يتمثل في أن يورد الباحث رأيا مستنبطا من المصادر المجمعة لديه مدعوما بالأدلة والشواهد.

ب. تحليل إحصائي رقمي عن طريق النسب المئوية وتستخدم هذه الطريقة مع المعلومات المجمعة من الأشخاص المعنيين بالاستبيان ونسبة ردودهم وما شابه ذلك.

ـ كتابة تقرير البحث كمرحلة أخيرة من خطوات البحث العلمي حيث يحتاج الباحث في النهاية إلى كتابة وتنظيم بحثه في شكل يعكس كل جوانبه وأقسامه. أن يدرك الباحث ما يمكن اقتباسه من نصوص ومواد مأخوذة من مصادر أخرى وما يجب أن يصيغه بأسلوبه.

1 ـ دراسة د. موزه بنت محمد الربان، حاولت الباحثة تسليط الضوء على الإنتاج العلمي العربي خلال النصف الأول من العام 2013. لمعرفة الاتجاهات البحثية وتناقس الدول والجامعات العربية في هذا الإنتاج. ومقارنتها بالإنتاج العلمي خلال نفس الفترة من العام 2102، في محاولة لرصد مسار البحث العلمي العربي. وتوصلت الدراسة إلى:

- نمو في إنتاج مجلس التعاون الخليجي
- تباطؤ في إنتاج دول المغرب العربي
- قطر في المركز الأول بالنسبة لعدد البحوث لكل مليون نسمة

2 ـ دراسة Rasha,Kamhawi, David, Weaver,

عام 2003 بعنوان (Mass Communication Research Trends from 1980 to 1999)

حيث أظهرت نتائج الدراسة التحليلية اهتمام البحوث خلال فترة البحث وتركيزها على موضوعات الصحف أكثر من غيرها من وسائل الإعلام.

3 ـ دراسة George W. Musambira

عام 2009 بعنوان (Refereed Convention Paper Produtivity in the Magazine Division of AEJMC 1999-2008)

تناولت دراسة الصُّحُف في مجلة الجمعية للتعليم في الصحافة والاتصال الجماهيري (أي إي جي إم سي) في الفترة 2008-1999 ومعدل إنتاج البحوث المؤسساتية والفردية

ضمن إطار نظام تصنيف Carnegie.

الاستفادة من الدراسات السابقة.

لاحظ الباحث ندرة في الدراسات التي تصدت لموضوع قريب من موضوع بحثه، والدراسات التي اطلع عليها كانت بعيدة عن جوهر البحث الذي شرع به، ولذلك كانت استفادة الباحث من هذه الدراسات محدودة الاختلاف في مشكلة البحث والأهداف والعينة والمنهجية.

4 ـ النظرية المستخدمة في البحث (النظرية النقدية لبحوث الاتصال):

يمكن لبحوث الاتصال والإعلام أن تتوصل إلى المعرفة التي نحتاجها لفهم وتغيير الواقع المجتمعي الذي نعيشه؟ (*Katz, et al* 1974) إن المتابعة النقدية لبحوث الاتصال كشفت عن عدم قدرتها على مواجهة التحدي الخاص ببناء وتصميم صور ذهنية محددة للمواقف والأوضاع التي يطرحها الواقع المعقد. فالمعروف أن علم الاتصال قد نشأ فى بدايته كإطار تجميعي لعدة تخصصات تنتمي إلى العلوم الاجتماعية والإنسانية وظل يفتقد حتى اليوم البنية النظرية المستقلة المحددة ولا أقول المنغلقة. وعلينا أن نؤكد أن عبقرية علماء الاتصال فى الغرب تكمن فى اكتشافهم للأسئلة الجوهرية التي يطرحها واقعهم الاتصالي المركب والعمل على ابتداع الإجابات الملائمة من خلال العديد من البحوث ذات التوجه النقدي (عبد الرحمن 2002)، وهذا هو جوهر الاختلاف بينا وبينهم. نفهم أنه لم يستورد نظريات اجتماعية جاهزة أو معدة سلفا كما يحدث لنا الأن. (خميس 2002) ومن هنا تبرز أهمية الاعتماد على هذه النظرية لأنها تحدد لكثير من المسلمات في بحوث الإعلاميين الإمبيريقية ذات الطابع التجزيئي والتفتي للظواهر الإعلامية والتي اعتاد معظم الباحثين الإعلاميين على تناولها بمعزل عن السياق المجتمعي والثقافي الذي أنتجها وأثر فيها كما تأثر بها.(مدرسة فرانكفورت 2008). فضلا عن افتقار هذه البحوث إلى الأطر النظرية التي تفسر المعطيات الأمبيريقية وتكشف عن توجهات الباحثين (توم بوتومور 2004.). ونطرح في هذا البحث خلاصة منفصلة عن التيارات المستخدمة في بحوث الاتصال في المدارس الأوربية والأمريكية وكذلك بحوث الاتصال في دول الجنوب التي تتعرض لأزمة مركبة تتمثل فى النقل والاقتباس والتبعية للتيارات

الوظيفية والإمبيريقية في دول الشمال المتقدم تكنولوجيا والمختلف ثقافيا(المطيري 2006)، وهنا تثار قضية المسؤولية العلمية والأخلاقية للباحثين الإعلاميين في العالم العربي وضرورة تصديهم لتناول العالم في بحوث الاتصال بمنظور نقدي والحرص على إجراء البحوث الأساسية التي تلبي احتياجات مجتمعاتهم (الدليمي 2014).

5 ـ منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي عبر تصميم استبانة وضعت لتلبية أهداف البحث ضمن الشروط العلمية المعتمدة في البحوث العلمية.

وهدفت الدراسة إلى التعرف على إشكاليات إجراء البحوث الإعلامية لدى الباحثين من أساتذة الإعلام في عدد من الجامعات الأردنية (كليات الإعلام في جامعات اليرموك والبترا والشرق الأوسط) حيث تم توزيع (45) استبانة على أفراد عينة الدراسة وتم استرداد (40) استبانة صالحة لأغراض التحليل.

وبعد تطبيق أداة الدراسة، جمعت استجابات أفراد عينة الدراسة، وحولت استجاباتهم إلى درجات خام، ثم وجدت التكرارات والنسب المئوية، كما استخدم اختبار الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا والمتوسطات الحسابية واختبار الانحدار وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$).

للتحقق من ثبات أداة البحث تم حساب معامل الاتساق الداخلي لكل مجال من مجالات البحث المستقلة والتابع من خلال استخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، والجدول التالي يبين ذلك:

جدول يوضح معاملات كرونباخ ألفا لاختبار ثبات أداة البحث

المجال	معامل كرونباخ ألفا
المشكلات المتعلقة بمجال كتابة البحوث	0.97
المشكلات المتعلقة بمجال تحكيم البحوث الإعلامية	0.88
المشكلات المتعلقة بمجال إجراءات نشر البحوث الإعلامية	0.92
المشكلات المتعلقة بمجال الباحثين أنفسهم	0.87
المشكلات المتعلقة بمجال ظروف العمل	0.80
المشكلات ككل	0.96

من خلال قيم معاملات كرونباخ ألفا في الجدول(السابق) نلاحظ أن جميعها صالحة لغايات البحث.

خصائص عيّنة البحث:

تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية لأفراد عينة البحث، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم(2). توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً للمتغيرات الديمغرافية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	33	82.5
	أنثى	7	17.5
العمر	من 31-40 سنة	4	10
	من 41-50 سنة	11	27.5
	أكثر من 51 سنة	25	62.5
عدد سنوات الخدمة الجامعية	أقل من عشر سنوات	12	30
	من 11-15 سنة	9	22.5
	أكثر من 16 سنة	19	47.5
عدد البحوث	لا يوجد	11	27.5
	أقل أو يساوي 20	23	57.5
	أكثر من 20	6	15
	Total	40	100

يبين الجدول (2) توزيع أفراد عينة البحث تبعاً للعوامل الديمغرافية، حيث يتبين ما يلي:

- الجنس: بلغت نسبة أفراد عينة البحث من الذكور (82.5%)، ونسبتهم من الإناث (17.5%).

- العمر: بلغت نسبة أفراد عينة البحث ممن تتراوح أعمارهم ما بين (31-40 سنة) (10%)، ومن تتراوح أعمارهم ما بين (41-50 سنة) (27.5%)، ومن تزيد أعمارهم عن 50 سنة (62.5 %).
- عدد سنوات الخدمة الجامعية: بلغت نسبة أفراد عينة البحث ممن تقل عدد سنوات خدمتهم الجامعية عن 10 سنوات (30%)، ومن تتراوح ما بين (11-15 سنة) (22.5%)، ومن تزيد عن 16 سنة (47.5%).
- عدد البحوث: بلغت نسبة أفراد عينة البحث ممن لا يوجد لديهم بحوث (27.5%)، ومن لديهم بحوث تقل أو تساوي 20 بحثاً (57.5%)، ومن تزيد بحوثهم عن العشرين (15%).

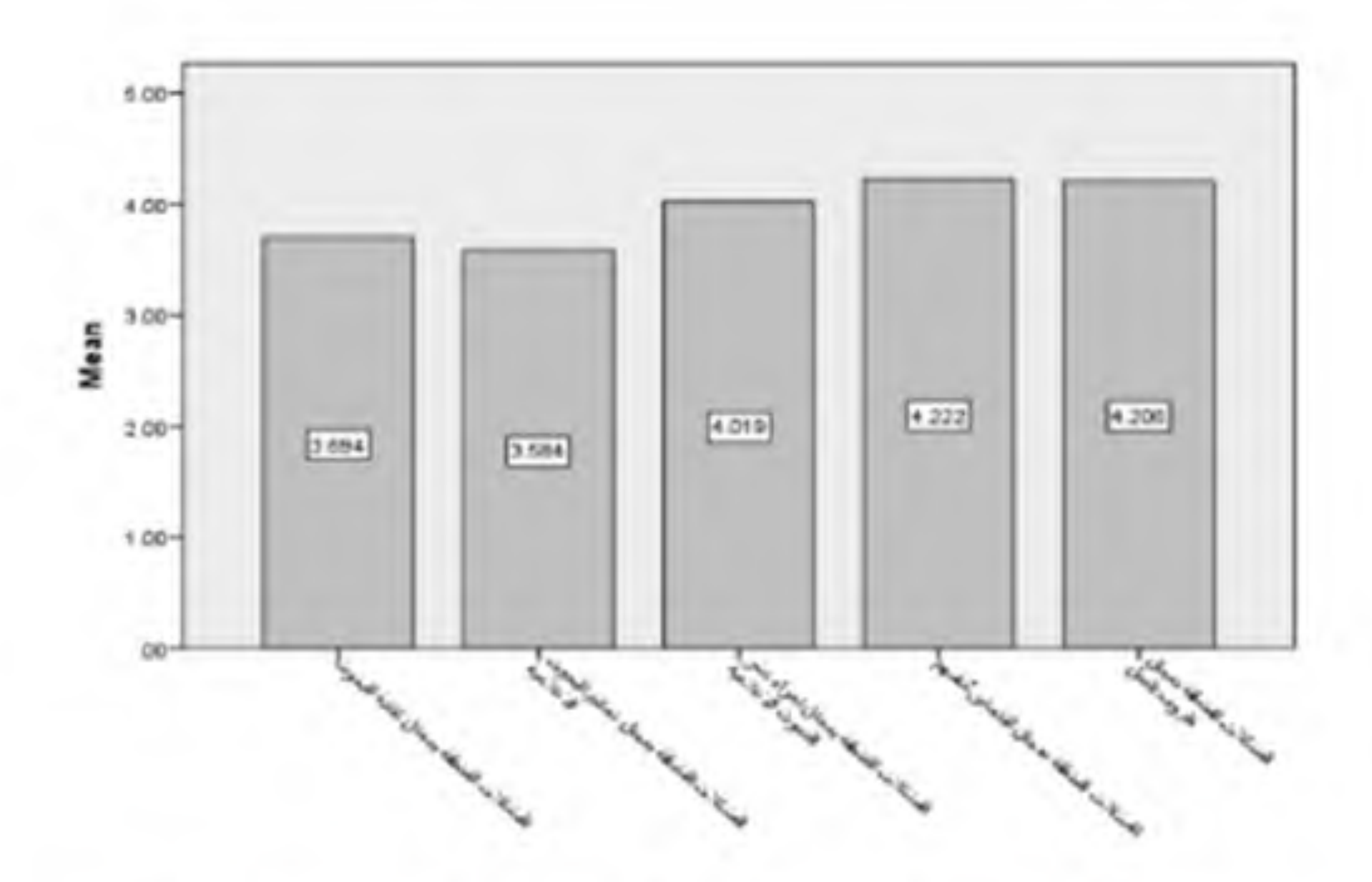
7 ـ عرض وتحليل نتائج البحث:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والترتيب. وقد تم توزيع المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة البحث على أسئلة الاستبيان باعتماد المعايير التالية:

- درجة الموافقة المرتفعة: وتشمل الفقرات التي حصلت على متوسطات حسابية أكبر من (3.66) وبنسبة مئوية أكبر من (73.2%).

- درجة الموافقة المتوسطة: وتشمل مجموعة الفقرات التي تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (2.34-3.66) وبنسبة مئوية (46.8%-73.2%).

- درجة الموافقة المتدنية: وتشمل مجموعة الفقرات التي حصلت على متوسطات حسابية أقل من (2.34) وبنسبة مئوية أقل من (46.8%).



الجدول(3). المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لمقاييس البحث

	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب	درجة
المشكلات المتعلقة بمجال كتابة البحوث	3.69	959.	73.9	4	مرتفعة
المشكلات المتعلقة بمجال تحكيم البحوث الإعلامية	3.58	571.	71.7	5	متوسطة
المشكلات المتعلقة بمجال إجراءات نشر البحوث الإعلامية	4.02	625.	80.4	3	مرتفعة
المشكلات المتعلقة بمجال الباحثين أنفسهم	4.22	347.	84.5	1	مرتفعة
المشكلات المتعلقة بمجال ظروف العمل	4.21	353.	84.1	2	مرتفعة
المشكلات ككل	3.86	496.	77.1		مرتفعة

يبين الجدول (3) أن مقياس المجالات للمشكلات تراوح ما بين (3.58-4.21) حيث أن جميع المقاييس ذات درجة مرتفعة عدا "المشكلات المتعلقة بمجال تحكيم البحوث الإعلامية" حيث حصل على درجة متوسطة. وحصل المقياس الكلي على درجة مرتفعة بلغت (3.86) بنسبة مئوية (77.1%).

8 - الإجابة على أسئلة البحث:

للإجابة على أسئلة البحث فقد قام الباحث بإيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والدرجة للفقرات المعبرة عن مجالات الدراسة.

سؤال البحث الأول: ما درجة المشكلات المتعلقة بمجال كتابة البحوث؟

يشير الجدول (4) إلى درجة موافقة أفراد عينة البحث على فقرات مقياس "المشكلات المتعلقة بمجال كتابة البحوث"

الجدول (4). المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات المعبرة عن مقياس "المشكلات المتعلقة بمجال كتابة البحوث"

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
تحديد عناصر المشكلة وخصائصها وأسباب حصولها	3.9	1.15	78	مرتفعة
تشخيص المشكلة البحثية	3.87	1.181	77.4	مرتفعة
معرفة التحاليل الاحصائية المناسبة لأسئلة الدراسة	3.85	1.406	77	مرتفعة
معرفة بطريقة إعداد أدوات جمع البيانات المناسبة	3.85	1.122	77	مرتفعة
صياغة أسئلة البحث بشكل دقيق	3.85	1.292	77	مرتفعة
تحديد العوامل المؤثرة في الصدق الداخلي والخارجي	3.82	1.01	76.4	مرتفعة
معرفة بإجراء التحليل الإحصائي المناسب	3.8	1.265	76	مرتفعة
معرفة التصاميم البحثية الملائمة للدراسة	3.8	1.067	76	مرتفعة

معرفة تحديد حجم العينة والعوامل المؤثرة فيها	3.7	0.992	74	مرتفعة
صياغة الفرضيات البحثية	3.7	1.043	74	مرتفعة
معرفة بتوثيق المراجع في نهاية البحث	3.7	1.244	74	مرتفعة
صياغة مشكلة البحث بصورة واضحة	3.7	1.159	74	مرتفعة
الانتقال من العمومية في تحديد المشكلة إلى جعلها أكثر دقة وتحديدا	3.7	1.203	74	مرتفعة
تحديد مجتمع الدراسة وعينتها	3.68	1.248	73.6	مرتفعة
معرفة طرق ضبط المتغيرات التي تؤثر في التجربة	3.68	1.163	73.6	مرتفعة
تصنيف المتغيرات: التابعة، والمستقلة، والدخيلة	3.65	1.051	73	متوسطة
القدرة على تفسير النتائج	3.65	1.167	73	متوسطة
معرفة نوع العينة المناسبة للدراسة	3.63	1.234	72.6	متوسطة
معرفة بتوثيق المراجع في نهاية البحث	3.57	1.238	71.4	متوسطة
القدرة على عرض النتائج	3.53	1.133	70.6	متوسطة
القدرة على تبويب البيانات	3.42	1.174	68.4	متوسطة
معرفة بالتوثيق داخل المتن	3.32	1.21	66.4	متوسطة
المعدل	3.69	1.170	73.97	مرتفعة

يتضح من الجدول (4) أن درجات الموافقة جاءت متوسطة للفقرات " تصنيف المتغيرات: التابعة، والمستقلة، والدخيلة، القدرة على تفسير النتائج، معرفة نوع العينة المناسبة للبحث، معرفة بتوثيق المراجع في نهاية البحث، القدرة على عرض النتائج، القدرة على تبويب البيانات، معرفة بالتوثيق داخل المتن" حيث تراوحت ما بين (3.32-3.65)، وجاءت مرتفعة للفقرات " تحديد عناصر المشكلة وخصائصها وأسباب حصولها، تشخيص المشكلة البحثية، معرفة التحاليل الإحصائية المناسبة لأسئلة البحث، معرفة بطريقة إعداد أدوات جمع البيانات المناسبة، صياغة أسئلة البحث بشكل دقيق، تحديد العوامل المؤثرة في الصدق الداخلي والخارجي، معرفة بإجراء التحليل الإحصائي المناسب، معرفة التصاميم البحثية الملائمة للبحث، معرفة تحديد حجم العينة والعوامل المؤثرة فيها، صياغة الفرضيات البحثية، معرفة بتوثيق المراجع في نهاية البحث، صياغة مشكلة البحث بصورة واضحة، الانتقال من العمومية في تحديد

المشكلة إلى جعلها أكثر دقة وتحديدا، تحديد مجتمع البحث وعينته، معرفة طرق ضبط المتغيرات التي تؤثر في التجربة" وتراوحت ما بين (3.9-3.68)، وبلغ المعدل الكلي للمجال (3.69) بنسبة مئوية (73.97%) وهو معدل يمثل درجة موافقة مرتفعة.

سؤال البحث الثاني: ما درجة المشكلات المتعلقة بمجال البحوث الإعلامية؟

يشير الجدول (5) إلى درجة موافقة أفراد عينة البحث على فقرات مقياس "المشكلات المتعلقة بالبحوث الإعلامية"

الجدول (5).المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات المعبرة عن مقياس البحث "المشكلات المتعلقة بالبحوث الإعلامية"

المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
انصياع الباحث لأراء المحكمين	3.88	0.648	77.6	مرتفعة
عدم وجود معايير معلنة لعملية تحكيم البحوث	3.85	0.736	77	مرتفعة
اهتمام المحكمين بأمور شكلية على حساب جوهر البحث	3.77	0.832	75.4	مرتفعة
ضعف مساهمة المحكمين في إثراء البحث وتطويره	3.72	1.062	74.4	مرتفعة
عملية تحكيم البحوث من قبل فئة محددة من المحكمين	3.72	0.716	74.4	مرتفعة
تتمسك المجلة بالتعديلات التي يطلبها المحكمون بدقة	3.7	0.823	74	مرتفعة
لا تتجاوز درجة التوافق بين محكمي البحث الواحد بنسبة 40%	3.68	0.73	73.6	مرتفعة
قرارات التحكيم غالباً ما تبنى على نتائج البحث (أي عنصر النتائج في البحث هو المهم).	3.63	0.979	72.6	متوسطة
يكتفي المحكم بإسداء النصح والإرشاد	3.58	0.675	71.6	متوسطة
تُبنى قرارات المحكمين في ضوء الإطار النظري الذي يتبناه المحكم	3.55	0.986	71	متوسطة
عدم توفر النزاهة في عملية تحكيم البحوث	3.5	1.198	70	متوسطة
اقتناع الباحث برأي المحكم	3.42	1.01	68.4	متوسطة

ترسل الجهة المسؤولة عن نشر البحث إلى المحكم الذي تعرف توجهاته الفكرية	3.4	1.15	68	متوسطة
ضعف استفادة الباحث من ملاحظات المحكمين	3.35	1.099	67	متوسطة
يتخذ المحكم قرارات قاطعة يجب الالتزام بها	3.32	1.047	66.4	متوسطة
تُبنى قرارات المحكمين بناء على معايير الفاعلية والجودة البحوث الإعلامية	3.28	0.987	65.6	متوسطة
المعدل	3.58	0.917	71.69	متوسطة

يتضح من الجدول (5) أن درجات الموافقة جاءت متوسطة للفقرات " قرارات التحكيم غالباً ما تبنى على نتائج البحث (أي عنصر النتائج في البحث هو المهم)، يكتفي المحكم بإسداء النصح والإرشاد، تُبنى قرارات المحكمين في ضوء الإطار النظري الذي يتبناه المحكم، عدم توفر النزاهة في عملية تحكيم البحوث، اقتناع الباحث برأي المحكم، ترسل الجهة المسؤولة عن نشر البحث إلى المحكم الذي تعرف توجهاته الفكرية، ضعف استفادة الباحث من ملاحظات المحكمين، يتخذ المحكم قرارات قاطعة يجب الالتزام بها، تُبنى قرارات المحكمين بناء على معايير الفاعلية والجودة البحوث الإعلامية " حيث تراوحت ما بين (3.28-3.63)، وجاءت مرتفعة للفقرات " لا تتجاوز درجة التوافق بين محكمي البحث الواحد بنسبة 40%، تتمسك المجلة بالتعديلات التي يطلبها المحكمون بدقة، عملية تحكيم البحوث من قبل فئة محددة من المحكمين، ضعف مساهمة المحكمين في إثراء البحث وتطويره، اهتمام المحكمين بأمور شكلية على حساب جوهر البحث، عدم وجود معايير معلنة لعملية تحكيم البحوث، انصياع الباحث لأراء المحكمين" وتراوحت ما بين (3.68-3.88)، وبلغ المعدل الكلي للمجال (3.58) بنسبة مئوية (71.69%) وهو معدل يمثل درجة موافقة متوسطة.

سؤال البحث الثالث: ما درجة المشكلات المتعلقة بمجال إجراءات نشر البحوث الإعلامية؟

يشير الجدول (6) إلى درجة موافقة أفراد عينة البحث على فقرات مقياس "المشكلات المتعلقة بمجال إجراءات نشر البحوث الإعلامية"

الجدول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات المعبرة عن

مقياس "المشكلات المتعلقة بمجال إجراءات نشر البحوث الإعلامية"

المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
تأخر المجلات الإعلامية بالرد على الباحثين لإعلامهم بوصول البحث الإعلامي	4.23	0.66	84.6	مرتفعة
تأخر المجلات الإعلامية في نشر البحث المقبول للنشر	4.2	0.791	84	مرتفعة
تأخر المجلات الإعلامية بالرد على الباحثين بملاحظات المحكمين	4.2	0.648	84	مرتفعة
تأخر المجلات الإعلامية بإعلام الباحثين لإعلامهم بشأن قبول البحث أو عدم قبوله	4.18	0.636	83.6	مرتفعة
تأخر المجلات الإعلامية بالرد على الباحثين لإعلامهم بإرسال البحث للتحكيم	4.07	0.73	81.4	مرتفعة
عدم متابعة البحوث المرسلة للتحكيم بشكل دوري	3.9	0.744	78	مرتفعة
ارتفاع نسبة البحوث التي يتم الاعتذار عن قبولها	3.8	0.758	76	مرتفعة
ترفض البحوث للنشر لأسباب غير موضوعية	3.58	1.107	71.6	متوسطة
المعدل	4.02	0.75925	80.4	مرتفعة

يتضح من الجدول (6) أن درجات الموافقة جاءت مرتفعة للفقرات " تأخر المجلات الإعلامية بالرد على الباحثين لإعلامهم بوصول البحث الإعلامي، تأخر المجلات الإعلامية في نشر البحث المقبول للنشر، تأخر المجلات الإعلامية بالرد على الباحثين بملاحظات المحكمين، تأخر المجلات الإعلامية بإعلام الباحثين لإعلامهم بشأن قبول البحث أو عدم قبوله، تأخر المجلات الإعلامية بالرد على الباحثين لإعلامهم بإرسال البحث للتحكيم، عدم متابعة البحوث المرسلة للتحكيم بشكل دوري، ارتفاع نسبة البحوث التي يتم الاعتذار عن قبولها" حيث تراوحت ما بين (3.8-4.23)، وجاءت متوسطة للفقرة " ترفض البحوث للنشر لأسباب غير موضوعية "، وبلغ المعدل الكلي للمجال (4.02) بنسبة مئوية (80.4%) وهو معدل يمثل درجة موافقة مرتفعة.

سؤال البحث الرابع: ما درجة المشكلات المتعلقة بمجال الباحثين أنفسهم؟

يشير الجدول (7) إلى درجة موافقة أفراد عينة البحث على فقرات مقياس "المشكلات المتعلقة بمجال الباحثين أنفسهم"

الجدول (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات المعبرة عن مقياس "المشكلات المتعلقة بمجال الباحثين أنفسهم"

المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
ضعف التعاون البحثي بين الباحثين من جامعات مختلفة	4.52	0.599	90.4	مرتفعة
ضعف التنسيق بين مؤسسات البحوث الإعلامية داخل الأردن	4.4	0.591	88	مرتفعة
عدم الاهتمام بتشكيل فرق بحث تعاونية	4.4	0.496	88	مرتفعة
قلة مساهمة الشركات والمؤسسات في الإنفاق على البحث	4.35	0.622	87	مرتفعة
قصور التعليم الجامعي عن تنمية روح البحث	4.35	0.662	87	مرتفعة
عدم لجوء المؤسسات إلى إجراء البحوث لإيجاد حلول للمشكلات التي تواجهها	4.35	0.622	87	مرتفعة
انتهاء عمليات إنتاج البحوث بعد حصول عضو هيئة التدريس على رتبة الأستاذية	4.12	0.723	82.4	مرتفعة
ضعف المهارات البحثية عند الباحثين أنفسهم	4.1	0.709	82	مرتفعة
أعتقد أن معظم البحوث هي تكرار لبعضها	3.83	1.13	76.6	مرتفعة
ينظر بعض الباحثين إلى أن البحث هو شأن فردي	3.8	0.791	76	مرتفعة
المعدل	4.222	0.6945	84.44	مرتفعة

يتضح من الجدول (7) أن درجات الموافقة جاءت مرتفعة لجميع الفقرات وتراوحت ما بين (3.8-4.52) حيث حصلت الفقرة "ضعف التعاون البحثي بين الباحثين من جامعات مختلفة" على أعلاها والفقرة " ينظر بعض الباحثين إلى أن البحث هو شأن فردي" على أدناها، وبلغ المعدل الكلي للمجال (4.22) بنسبة مئوية (84.44%) وهو معدل يمثل درجة موافقة مرتفعة.

سؤال البحث الخامس: ما درجة المشكلات المتعلقة بمجال ظروف العمل؟

يشير الجدول (8) إلى درجة موافقة أفراد عينة البحث على فقرات مقياس "المشكلات المتعلقة بمجال ظروف العمل"

الجدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات المعبرة عن مقياس "المشكلات المتعلقة بمجال ظروف العمل"

المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
اهتمام الإدارات بتكليف عضو هيئة التدريس بأعباء التدريس أو الإدارة على حساب البحوث العلمية	4.5	0.506	90	مرتفعة
تعليمات الجامعة فيما يتعلق بالمجلات الإعلامية المعتمدة للترقية	4.48	0.506	89.6	مرتفعة
قلة اهتمام المجتمع المحلي لأهمية البحوث العلمية ودورها في التطوير	4.38	0.628	87.6	مرتفعة
كبر حجم العبء التدريسي لعضو التدريس	4.32	0.73	86.4	مرتفعة
عدم قيام مساعد البحث والتدريس بمهامهم بصورة فاعلة في جمع البيانات والمعلومات	4.3	0.564	86	مرتفعة
تفضيل أعضاء هيئة التدريس مهام التدريس على العمل البحثي	4.1	0.632	82	مرتفعة
تعليمات الترقية تعطي أفضلية للباحث الأول عن الباحثين المشاركين في أغراض الترقية	3.98	0.577	79.6	مرتفعة
عدم توافر الوسائل المساعدة مثل: أجهزة الحواسيب، والطابعات، والمراجع الحديثة، والدوريات ...	3.6	1.081	72	متوسطة
المعدل	4.2075	0.653	84.15	مرتفعة

يتضح من الجدول (8) أن درجات الموافقة جاءت مرتفعة لجميع الفقرات وتراوحت ما بين (3.98-4.5) حيث حصلت الفقرة " اهتمام الإدارات بتكليف عضو هيئة التدريس بأعباء التدريس أو الإدارة على حساب البحوث العلمية" على أعلاها والفقرة " تعليمات الترقية تعطي أفضلية للباحث الأول عن الباحثين المشاركين في أغراض الترقية" على

أدناها، عدا الفقرة " عدم توافر الوسائل المساعدة مثل: أجهزة الحواسيب، والطابعات، والمراجع الحديثة، والدوريات" فقد حصلت على درجة متوسطة، وبلغ المعدل الكلي للمجال (4.21) بنسبة مئوية (84.15%) وهو معدل يمثل درجة موافقة مرتفعة.

النتائج: ظهر من خلال التطبيق العملي ما يلي:

أولا: درجة المشكلات المتعلقة بمجال ظروف العمل مرتفعة.

ثانيا: درجة المشكلات المتعلقة بمجال الباحثين أنفسهم متوسطة.

ثالثا: درجة المشكلات المتعلقة بمجال إجراءات نشر البحوث الإعلامي مرتفعة.

رابعا: درجة المشكلات المتعلقة بمجال البحوث الإعلامية مرتفعة.

خامسا: درجة المشكلات المتعلقة بمجال كتابة البحوث مرتفعة.

ونستنتج في ضوء ذلك إن أهم المشكلات في الواقع العملي، كما أظهرته الدراسة العملية التي أجريناها التي تواجه الباحثين الأكاديميين هي:

- كثرة الأعباء التدريسية
- البيروقراطية الإدارية وصعوبة الإجراءات
- عدم إيمان الأساتذة بأهمية البحوث الإعلامية
- الانفصال بين البحوث الإعلامية وصناع القرار
- عدم التنسيق بين الجامعات والمؤسسات التي يمكن ان تستفيد من البحوث الإعلامية
- تقييد الحرية الأكاديمية للباحث الإعلامي
- الانفصال بين أغلب البحوث الإعلامية والواقع التعليمي
- الضعف في تطوير برامج الأبحاث الإعلامية
- غياب رؤية فلسفية إعلامية واضحة، فأقسام الإعلام وكلياته على الأغلب في واد والمؤسسات الإعلامية في واد آخر
- عدم وجود حوافز مادية أو معينة
- عدم وجود أولويات للبحوث الإعلامية
- قلة المخصصات المالية للبحوث الإعلامية على مستوى الوطن العربي
- نقص التدريب على البحوث الإعلامية، فكثير من العاملين في مجالات الإعلام

تنقصهم الخبرة والمعرفة بمهارات البحث الإعلامي.

- عدم وضع نتائج البحوث القائمة على أصول علمية موضع التطبيق، إما جهلاً بطرق التطبيق، أو خوفاً من التجديد الذي تحمله نتائج البحوث.
- وجود بحوث على أساس مشكوك فيه أو لا يمكن الاطمئنان إليه، مما يعني زعزعة ورفض لنتائج البحوث الأخرى.
- عدم وجود البيئة المناسبة لإجراء البحوث سواء من حيث الإمكانات أو التقبل أو الوعي بأهميته.

والملاحظ على هذه المشكلات أنها تعكس بصدق وأمانة مشكلات حقيقية، وليست متوهمة تحيط بواقع البحوث الإعلامية، وتحد من انطلاقه وفعاليته وقدرته على تغيير الواقع وتطويره.

وجلها مشكلات ترتبط بأحادية الرؤية، وتتعامل مع الواقع البحثي باعتباره جزرا منعزلة بعيدا عن المؤثرات الداخلية والخارجية، ونحن نعيش في عالم نرى كل شيء فيه من خلال شاشة الهاتف الذكي وتلاشت فيه الحدود والجغرافيا.

التوصيات والمقترحات

- تخفيف الأعباء التدريسية عن أعضاء الهيئات التدريسية وإعطاء وقت أطول للبحوث.
- توفير الدعم المالي المناسب لإجراء البحوث النوعية ووضع برنامج تحفيزي للباحثين المتميزين.
- العمل على توسيع قاعدة النشر البحثي من خلال إصدار مجلات محكمة في كل كليات الإعلام في الوطن العربي او التنسيق بين عدد منها لإصدار هذه المجلات مما يوسع آفاق نشر البحوث الأمر الذي يشجع الباحثين على النشر وبدون ان يدفع الباحث اية مبالغ للمجلة.
- إعطاء نفس درجة الأهمية للباحثين المشتركين بالبحث الواحد عند التقديم للترقية العلمية.
- تنظيم دورات التدريب على البحوث الإعلامية، فكثير من العاملين في مجالات

الإعلام تنقصهم الخبرة والمعرفة بمهارات البحث الإعلامي.

- إيجاد رؤية فلسفية إعلامية واضحة بين أقسام الإعلام وكلياته والمؤسسات الإعلامية الربط بين البحوث الإعلامية والمجتمع وكذلك صناع القرار.
- التخفيف من البيروقراطية الإدارية وصعوبة الإجراءات.
- وضع أسس ضابطة وموضوعية لتقويم البحوث المنوي نشرها في المجلات العلمية الإعلامية وعدم ترك عملية التقويم لمزاج المقوم.

المصادر:

1- موزه بنت محمد الربان / منظمة المجتمع العلمي العربي.
http://www.pcbs.gov.ps/site/881/default.aspx#Population
2- محمد عبدالرؤف كامل (2007) اتجاهات بحوث الصحافة والإعلام في أمريكا ومصر/ المؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية أخبار اليوم.
3- عبد الرزاق الدليمي (2014)، دراسات متقدمة في نظريات الاتصال، محاضرات ألقيت على طلبة الدراسات العليا في جامعة البترا، عمان، الأردن.
4- عبد الرزاق الدليمي (2012)، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، دار المسيرة، عمان، الأردن
5- عبد الرزاق الدليمي (2011)، قضايا إعلامية معاصرة، دار المسيرة، عمان، الأردن
-هاني خميس، النظرية النقدية وأزمة علم الاجتماع: دراسة تحليلية لكتابات مدرسة فرانكفورت، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، 2002
6 - توم بوتومور، مدرسة فرانكفورت، ترجمة حافظ دياب، دار أويا للطبع والنشر، ليبيا، 2004
7- عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية فى بحوث الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002
8 - مدرسة فرانكفورت : شعلة اليسار الجديد، ترجمة أحمد جميل حمودى، مركز دمشق للدراسات النظرية والحقوق المدنية، 2008.
9 - عبد الله المطيرى، يورغن هابرماس ومدرسة فرانكفورت: النظرية النقدية التواصلية، جريدة الرياض، السعودية 2006-12-14.

10-George W. Musambira, 2009. Refered Convention Paper Productivity in the Magazine Division of AEJMC (1999-2008): Analysis of Benchmarks and Impact of Gender. University of Central Florida
11-Katz, et al., "Utilization of Mass Media by Individuals". In Blumler and Katz (ed.),(1974). The uses of Mass Communication. London, Faber2 Faber.
12-Rosengren, K. E., & Windahl, S. (1972). Mass media consumption as a functional.

alternative.. Middlesex, England, Penguin.

13-Wimmer, Roger, D & Dominick, Joseph, R. (1991). Mass Media Research: An Introduction. 3rd ed. Wadsworth Publishing Company, Belmont, California.

14- Merrigan,Gerianne & Huston, Carole Logan, Communication Research methods, USA ,Wadsworth/Thomson Learning, 2004.

15 -Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol.75, No.4, Winter 1998. Liina Puustinen ,Peter Thomas,Mervi Pantti: Communication Research Centre, 16 -University of Helsinki:Department of Communication, Research Reports 6/2008.

17 -Katja Valaskivi :Communication Research Center, University of Helsinki Department of Communication, Research Reports 4/2007.

التكوين والبحث الإعلامي في الجامعات الإسلامية

د. نصير بوعلي
كلية الاتصال - جامعة الشارقة/ الإمارات العربية المتحدة

تمهيد

يعتبر تخصص الإعلام الإسلامي (Islamic Media) في العديد من جامعات العلوم الشرعية (أو الإسلامية) في العالم العربي أحد الروافد الأساسية للنهوض بالرسالة الإعلامية انطلاقا من أطر حضارة المجتمع الذي ننتمي إليه. وقد جاءت فكرة إنشاء أقسام أو كليات لتدريس الإعلام في بعض جامعات العلوم الشرعية بداية من أوائل الثمانينيات من القرن الماضي على أهميته كتعبير عن نمط من أنماط الفن والفهم الإعلامي في محاولة البحث والتأسيس القيمي والتأصيل الأخلاقي لمقومات وأسس وأركان العملية الإعلامية المتمثلة في المرسل (من ؟)، المحتوى (قال ماذا؟)، الأداة (بأية وسيلة ؟)، المتلقي لمن ؟) ورد الفعل بأي أثر؟). وتأتي هذه الدراسة كمحاولة بسيطة لتشخيص الداء ووضع الدواء انطلاقا من ملاحظة تم رصدها من خلال تجربة متواضعة في التدريس والبحث في هذا التخصص. حيث، ولأول وهلة، يلاحظ الدارس غياب ذلك التجاور المتفاعل بين مساقات العلوم الشرعية ومساقات علوم الإعلام في التخصص الواحد "الإعلام الإسلامي". هذا الغياب أو التباعد أدى إلى ظهور نتائج سلبية على مستوى التكوين أو التأطير وحتى التنظير (قسم كبير من دراسات الإعلام الإسلامي انتهت وكأنها شعارات وعناوين خلابة مستلة من مجموعة تخصصات في الدراسات الإسلامية والعلوم الشرعية كالتفسير، الحديث والسيرة حتى غدت وكأنها علم بالتفسير أو الحديث أو التاريخ الذي يصلح أن يكون الإعلام وسيلة لتوصيلها). وقد علّق

أحد الأساتذة عن هذا التخصص (أي الإعلام الإسلامي) بأنه شجرة باسقة بدون ثمار.
وتنطلق هذه الدراسة من هذا التساؤل الرئيس: كيف تتقارب الدعوة والإعلام من حيث الموضوع والمنهج وكيف يكون التجاور بينهما بشكل متفاعل يؤدي إلى ميلاد إعلام إسلامي حقيقي ؟ ومتى نحصل أو نجني ثمار الشجرة التي تأتي أكلها كل حين؟

طرح هذا الموضوع على بساط البحث في عدد من جامعات العلوم الإسلامية من وجهات نظر مختلفة، كما يشكل- حاليا- هاجسا مركزيا في إعداد البرامج والوحدات الدراسية، وليس ببعيد فقد عالج المؤتمر الوطني الأول الذي انعقد بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بالجزائر حول طرق تدريس العلوم الاسلامية ومنها الإعلامية هذا الموضوع وحاول المساهمة فيه(1)

إن الإشكالية المعرفية ودلالاتها المطروحة دوما على بساط البحث تتمثل في: هل الدعوة هي الإعلام (أي أن الدعوة تشمل بداخلها الإعلام وهي الأصل والإعلام هو الفرع)، وهل الإعلام هو الدعوة (أي أن الإعلام يحتوي بداخله الدعوة وهو الأصل والدعوة هي الفرع) ؟ هل الدعوة ترتبط بالمضمون فقط دون الوسيلة وأن الإعلام يتمثل في الوسيلة فقط من دون المضمون؟ ومن هذه الزاوية يرى البعض بأن الإعلام هو وسيلة لنقل الرسالة الدعوية. ويتساءل آخرون عما إذا كان هذان المفهومان مترادفين أو متغايرين الخ. هذه الأسئلة وغيرها تشكل قلقا مستمرا لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعات العلوم الإسلامية. ومن المؤكد أن هذا القلق قد يخيم عند كل أستاذ يرغب في ربط هذا التخصص ببعده الحضاري.

تحتاج الإجابة على هذه الأسئلة إلى نقاش طويل وبحث مستفيض، وليس هدف هذه الدراسة سوى طرح هذه القضية للنقاش بين المتخصصين في علوم الإعلام من جهة وعلماء الشريعة من جهة أخرى لكي يفكروا في سبل تمكّن من إيجاد الوضع الذي يلتقي فيه هذا التخصص «الإعلام الإسلامي» بكل تكامل بين الدعوة والإعلام ومن دون أي تنافر. فكثيرا ما نلاحظ تجاور مقاييس الدعوة مع مقاييس الإعلام (وهي قليلة) في جامعات العلوم الإسلامية تجاورا لا نرى فيه التفاعل المطلوب. بل المفردات المجسدة للمساقات توحي للمتمعن أن هناك تباعدا بين الدعوة والإعلام نتيجة تباعد الأساتذة معرفيا وثقافيا وربما حتى حضاريا، مما قد ينعكس هذا سلبا على الطلبة المتخرجين

حيث يسود الاضطراب الفكري لديهم.

يحتاج موضوع تلاقي الدعوة بالإعلام إلى مزيد من الدراسة والتخطيط والفهم. لأن معظم المناهج المطبقة التي نعرف على الأقل يغلب عليها الطابع التقني وتنعدم فيها خصوصيات البعد الحضاري، ومن ذلك نقول مثلا أن الإعلام الذي يدرّس في جامعات العلوم الإسلامية (والمفردات بين أيدينا) ينطلق من مفاهيم ونظريات غربية ينعدم فيها الترابط البنيوي (إنساننا، ترابنا وزمننا) كما أنها لا تنسجم مع مفاهيم وأخلاق المجتمع الذي نتواجد فيه. في المقابل أن الدعوة ليست هي صفات الإمام وفنون الخطابة على المنبر فحسب بل الدعوة رسالة حضارية وأداء تكنولوجي أيضا.

إن التناول المتبع في هذه الدراسة تناول غير أحادي الجانب (الاتجاه أو الموقف مع الدعوة أو مع الإعلام)، كما أنه اتجاه لا يتبنى الموقف الثنائي (الحق بدلا من الباطل والصواب بدلا من الخطأ مثلا) في هذه القضية العلمية والفكرية، بل إن هذه الدراسة محاولة للنظر الثاقب إلى الدعوة ومدى تكاملها مع الإعلام من حيث الموضوع والمنهج لوضع تخصص الإعلام الإسلامي في الطريق الصحيح. وقبل ذلك ينبغي تحديد مفهومي الدعوة والإعلام وفق ترتيبهما المنطقي في هذه الدراسة.

1- الدعوة:

تشتق الدعوة لغويا من الفعل دعا، يدعو، دعاء ودعاوة ودعاية، بمعنى حث وطلب ونادى ورغّب. فدعاه إلى الأمر يعني ساقه إليه وحثه عليه [2] وللدعوة الإسلامية معنيان: المعنى الأول رسالة الإسلام وما تتضمنه من عقيدة وشريعة وقيم وأخلاق وسلوك. والمعنى الثاني هو التبليغ أو إيصال هذه الرسالة إلى الناس وحثهم على فهمها والإيمان بها واتخاذها معيارا لسلوكهم في الحياة [3].

والدعوة كما يقول إبراهيم إمام هي وظيفة الرسل وذلك منذ الأزمنة الغابرة، منذ أن دب الخلاف بين بني البشر بداعي البغي والهوى وقد كانوا أصلا على ملة واحدة وشريعة واحدة وهي ملة الإسلام لقوله تعالى: ﴿ وَمَا كَانَ ٱلنَّاسُ إِلَّآ أُمَّةً وَٰحِدَةً فَٱخْتَلَفُواْ ﴿١٩﴾ ﴾[4].

ويقصد بالدعوة الإسلامية الدعوة إلى الله والمقصود بها الدعوة إلى ديننا الحنيف وهو

الإسلام ﴿ إِنَّ ٱلدِّينَ عِندَ ٱللَّهِ ٱلْإِسْلَٰمُ ۝١٩ ﴾[5]، الذي جاء به محمد صلى الله عليه وسلم من ربه سبحانه وتعالى، فالإسلام (في الأصل) هو موضوع الدعوة ومضمونها. وقد بلغ الرسول الكريم هذا الإسلام (كما ورد في كتب السيرة) أحسن تبليغ وأكمله وظل يدعو إليه منذ أن أكرمه الله بالرسالة حتى وفاته. والداعي هو المكلف شرعا بالدعوة إلى الله، والدعوة تكليف وفريضة على كل مسلم بالغ عاقل ذكرا كان أو أنثى، شريطة أن تكون الدعوة قائمة على علم وبصيرة: ﴿ قُلْ هَٰذِهِۦ سَبِيلِىٓ أَدْعُوٓا۟ إِلَى ٱللَّهِ ۚ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا۠ وَمَنِ ٱتَّبَعَنِى ۖ وَسُبْحَٰنَ ٱللَّهِ وَمَآ أَنَا۠ مِنَ ٱلْمُشْرِكِينَ ۝١٠٨ ﴾[6].

نفهم إذن من هذا أن الدعوة الإسلامية هي الجانب «التبشيري» بالعقيدة وهي كما يقول إبراهيم إمام تكاد توازي مفهوم الإعلام، لأن الدعوة هي الإعلام بالإسلام والتعريف به بواسطة تكنولوجيا الاتصال. يقول محمد سيد محمد في هذا الإطار أن الدعوة هي جزء من الإعلام الإسلامي... أو هي الجزء الإيديولوجي (العقائدي) فيه، علما بأن الدعوة لا تشمل وسائل الإعلام فحسب بل تشمل القدوة الحسنة والإجراءات الاقتصادية المشابهة لدعم المؤلفة قلوبهم وما شابه ذلك. ويضيف ليس في قولنا بأن الدعوة إلى الإسلام جزء من الإعلام الإسلامي تضخيم للإعلام الإسلامي أو تصغير للدعوة الإسلامية. ولكن شبيه بهذا الموقف قولنا بأن العلاقات العامة (Public Relations) تستخدم كافة وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها إلى جانب الاتصال الشخصي والجمعي والحلول الإدارية وما شابه ذلك. برغم أن العلاقات العامة جزء من علم الإعلام وأن التخصص في العلاقات العامة فرع من علم الإعلام وهو الأصل [7].

وقد جعل عبد اللطيف حمزة، رحمه الله، اصطلاح الدعوة في عصر النبوة مساويا تماما لاصطلاح الإعلام في عصرنا هذا. وهو يقول: «كان القدماء منذ ظهور الرسول لا يعرفون هذا المصطلح الحديث، مصطلح الإعلام والاتصال بأنواعه الثلاثة: الشخصي والجماعي (جماعة صغيرة منسجمة) والجماهيري (جماعة كبيرة غير منسجمة ينطبق عليها مفهوم الحشد). واستخدموا مكانه المفهوم المعروف عندهم وهو مفهوم الدعوة. والدعوة إلى شيء هي الترغيب في هذا الشيء أو بمعنى آخر الدعاية له [8].

ويعرف الطيب برغوث الدعوة بأنها ذلك الجهد المنهجي المنظم الهادف إلى تعريف الناس بحقيقة الإسلام وإحداث تغيير جذري متوازن في حياتهم على طريق الوفاء

بواجبات الاستخلاف، ابتغاء مرضاة الله تعالى والفوز بالجنة. وقد أوضح أمرين أساسيين في الدعوة وهما: الدعوة بوصفها مضمونا رساليا، أي دينا يبلغ ويلتزم. والدعوة بوصفها عملية تبليغ (إعلام) لهذا المضمون ومحاولة لتعريف الناس به وحركة جهاد من أجل البناء ومواجهة الهدم[9].

وتتفق جل هذه التعاريف على أن الدعوة تتضمن شقين رئيسيين: شقاً يرتبط بالمضمون (الرسالة) وشقاً يتمثل في الأداة (الوسيلة). ويرى محمد الجيوشي بأن نفس عناصر العملية الإعلامية هي نفسها العناصر الدعوية: الداعية، مضمون الدعوة، وسيلة الدعوة، المتلقي للدعوة والأثر الذي تحدثه هذه العناصر على العملية الدعوية ككل[10]. وسوف نحلل هذه العناصر بأكثر تفصيل عند تناول مفهوم الإعلام.

2- الإعلام:

ويقصد بالإعلام (Media) عامة صيرورة انتقال المعلومات من مرسل إلى متلقي (جمهور)، ويرمز الإعلام في الصحافة إلى ما تبثه وسائل الاتصال من صحافة مكتوبة، إذاعة وتلفزيون وأنترنت وشبكات تواصل اجتماعي من محتويات إخبارية، ثقافية، اجتماعية، دينية وترفيهية إلى قطاع واسع من المجتمع. ويتضمن هذا التعريف عدة عناصر متداخلة تشكل هي الأخرى ما يسمى بالعملية الإعلامية وهي: المرسل: وهو القائم بعملية النقل أو الإبلاغ أو الدعوة، وقد يكون المرسل رجل سياسة أو رجل إعلام أو داعية أو أية هيئة أخرى. الرسالة: وتمثل المضمون أو محتوى المعلومات. الوسيلة: وهي الأداة أو القناة التي يتم بواسطتها نقل الرسالة. المتلقي: وهو الجمهور أفرادا أو جماعات. وأخيرا رد الفعل: وهو الأثر الذي تحدثه هذه العملية سلبا أو إيجابا، وهو ما يسمى في علم الاجتماع الإعلامي بالتغذية المرتدة (Feedback) [11].

وإذاً فالإعلام يتضمن هذه العناصر الخمسة والتي تنحصر في مقولة هارولد لاسويل (Harold Lasweel) أحد مؤسسي علوم الإعلام والاتصال: من؟ (أي المرسل) قال ماذا؟ (أي المحتوى) بأية وسيلة (أي القناة) لمن؟ (أي الجمهور المتلقي) وبأي أثر (أي المتفاعل مع كل هذه المكونات). يقول عزي عبد الرحمن أن هذا المعنى ورد ذكره

في القرآن الكريم في قوله تعالى: ﴿ وَقُولُوا۟ لِلنَّاسِ حُسْنًا ﴾[1] ـــــ فالفعل قولوا يتضمن المرسل والوسيلة و«للناس» تمثل الجمهور و«حسنا» هو محتوى الرسالة وأثرها الإيجابي [12].

وقد أثار عزي عبد الرحمن هذا الجدل القائم بين الدعوة والإعلام منذ أواخر الثمانينيات وحاول أن يعالجه بطريقته الخاصة متسائلا عما إذا كان هذان المفهومان مترادفين أو متغايرين مستشهدا بقول محمد سيد محمد بأن الإعلام وسيلة لنشر الرسالة الإسلامية، أي أن التركيز في الإعلام على المعلومات وهي تنتقل، بينما ترتكز الدعوة على الرسالة فالوسيلة. وينطلق أيضا مما يذهب إليه آخرون إلى أن الإعلام والدعوة كلمتان متماثلتان، فالإعلام هو الدعوة والدعوة هي الإعلام. ويمكننا في هذا المستوى أن ندخل كلمة الإبلاغ (من التبليغ) وهي أقدم وأبلغ كما تشير الكلمة من الإعلام والاتصال، أي في الإبلاغ بلاغة. وقد ارتبط الإبلاغ بالقيم وليس بالخبر ضرورة، فيقال أعلمته بالخبر وأبلغته الرسالة. ويشتق من الإبلاغ محتوى القيم أي البلاغ المبين. وفي نظر عزي عبد الرحمن فإن الأصح أن نقول الدعوة والإبلاغ وليس الدعوة والإعلام، لأن الإبلاغ يخص محتوى غير محدد بالزمان والمكان بينما يخص الإعلام الخبر الذي يتحول إلى التاريخ فور فقدانه عنصر الآنية. ويقول عزي عبد الرحمن دائما في هذا الإطار يمكن أن تستخدم الدعوة الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون والأنترنت في إبلاغ الجمهور بالرسالة شأنها في ذلك شأن التربويين الذين يستخدمون التلفزيون والحاسب في التعليم ويسمون ذلك بتكنولوجيا التعليم (Education technology) ولا بأس في هذه الحالة من استخدام تكنولوجيا الدعوة اقتداء بمصطلح التربويين.

وإن كانت هذه التصورات هي على مستوى المجرد. فالواقع المجسد، يقول عزي عبد الرحمن، أن الإعلام هو وسيلة لنشر الدعوة في وضعية العالم الإسلامي الحالي ولكنها هي الإعلام (الإبلاغ) في حد ذاته في مجتمع إسلامي مستقبلي.

3- التكوين والبحث الإعلامي: هل الرسالة هي القيمة ؟

لم تعد العودة إلى الذات والبحث عن الأصالة والمعرفة الدالة مطلبا فحسب في علوم

1- البقرة: 83.

الإعلام والاتصال بل هي قضية جوهرية أضحت مطلبا في سائر العلوم، خاصة العلوم الاجتماعية، وقد انتبه علماء الاقتصاد إلى هذه الحقيقة حيث ظهرت دراسات وأبحاث في الاقتصاد الإسلامي، كما يهتم أساتذة التربية- حاليا بموضوع التوجيه الإسلامي في تربية الأطفال. وقد عادت منذ مدة كتب أبي حامد الغزالي وغيره من العلماء إلى بؤرة الاهتمام الشديد.

إن ارتباط الإعلام بالدعوة أو الدعوة بالإعلام ليس سوى حلقة من حلقات استعادة التراث وبناء العلوم على أسس أصيلة وراسخة. ومما لا شك فيه أن إنشاء أقسام لعلوم الإعلام في جامعات العلوم الإسلامية ظاهرة صحية وإيجابية، ولكن هذه المبادرة لحد الآن هي- في اعتقادي- خطوة يغلب عليها الحماس أكثر مما يغلب عليها التخطيط العلمي والفكري الدقيق، لأن إنشاء أقسام لتدريس الإعلام في هذه الجامعات ليس بالأمر الهين، فهي إلى جانب الإمكانيات المادية والفنية تحتاج إلى إمكانات بشرية قادرة على إعداد إطارات إعلامية مثقفة قيميا (شرعيا) وإعلاميا (تقنيا) من منطلق الرسالة هي القيمة (the Message is the value) وهذه العناصر البشرية غير متوفرة حاليا ومن هنا يأتي الانفصام بين الثقافة الإسلامية أو الشرعية والثقافة الإعلامية. ويتضح هذا الانفصام جليا إذا أخذنا بعين الاعتبار جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية في الجزائر أنموذجا. حيث يتخرج منها، سنويا، دفعات من الطلبة بشهادة البكالوريوس من قسم الإعلام الإسلامي وهم يفتقرون في تكوينهم إلى عديد من العناصر التي تشكل ذلك التفاعل المتكامل بين الدعوة (المضمون) والإعلام (المهارات والأداء)، فهم إما شبه دعاة لا علاقة لهم أصلا بفنون الإعلام أو شبه إعلاميين يفتقرون للمرجعية الدينية، ومجردين من فنون الخطابة وأساليب الدعوة. وهذا الانفصام (التباعد) يرجع في اعتقادنا إلى تجاور مساقات العلوم الإسلامية مع مساقات علوم الإعلام تجاورا لا نرى فيه التفاعل المطلوب. ويتضح أن مساق «الإعلام من منظور إسلامي» المساق الوحيد المبرمج لطلبة السنة الرابعة وحده غير كافٍ لإحداث هذا التفاعل بين العلوم الإسلامية والعلوم الإعلامية. وحتى أن هذا المساق «أي الإعلام من منظور إسلامي» هناك من الأساتذة من شكك فيه من منطلق أن الإعلام واحد وليس هناك إعلام إسلامي وإعلام غير إسلامي. وحول هذه النقطة أثار البعض أكثر من مرة وفي أكثر من مناسبة

العديد من الأسئلة والاستفسارات متسائلين: أليس الإعلام هو الإعلام وفنونه ووسائله في الغرب هي نفس فنونه ووسائله عندنا أو في أي مكان آخر؟ وهل يختلف تنفيذ التحقيق الصحفي أو المقابلة التلفزيونية من بلد إلى آخر؟ أليست هي نفس الخطوات ونفس الأسلوب في التنفيذ؟ وهل التصوير التلفزيوني أو الصحفي يختلف في مصر عنه في كوبا؟ إن أصحاب هذه التساؤلات لا ينظرون إلى الأشياء نظرة ثاقبة. ومن ذلك فهم ينطلقون من أساس أن الإعلام شأنه شأن أي «فن» أو «حرفة» يمكن استخدامه في أغراض إنسانية نبيلة لخدمة الإنسان وسعادته، ويمكن استخدامه في أغراض عكس ذلك تماما. ومعنى ذلك أن يصبح تعليم الإعلام كفن أو كحرفة منفصلا عن تعليم الهدف الذي يستخدم من أجله والغاية التي يخدمها.

يطرح أصحاب هذه التساؤلات – في الحقيقة- نقاشا قديما طرح في الغرب (أواخر القرن 19) عندما كانت النظرة إلى الإعلام نظرة تقنية بحتة، ولكن هذه النظرة تطورت في الغرب فيما بعد، حيث أصبح الإعلام ابتداء من العشرينيات من القرن الماضي يتضمن وحدات نظرية، وتعددت حديثا الأطر التي يتم فيها التكوين المتخصص بتعدد اهتمامات المؤسسات الصناعية الكبرى وتكنولوجيا الاتصال ومحتوياتها بحيث أصبح هناك، كما يقول عزي عبد الرحمن، تداخل بين الوسيلة والرسالة، وتم تقليص تلك الفجوة المتمثلة في «التلاغي» (أي من الإلغاء) التي كانت بينهما [13].

أ- التكوين الإعلامي: علم وسيلة أم علم رسالة ؟

إننا نتفق مع أصحاب هذه التساؤلات على أن حرفية الفنون الإعلامية وتقنياتها قد لا تختلف بين كوبا مثلا (بلد شيوعي) وأمريكا (بلد ليبرالي) ومصر مثلا (بلد انتقالي) وأن الخطوات التي يتبعها صحفي كوبي عند تنفيذ تحقيق صحفي هي نفس الخطوات والإجراءات التي يتبعها صحفي أمريكي أو جزائري. ونفس الطريقة التي نصور بها فيلما وثائقيا عن جماعة ما. ولكننا نقول إن الخلاف الرئيسي والأساس والهام هو مضمون الرسالة التي نقدم- بصرف النظر عن حرفية التنفيذ- والهدف الذي تخدمه الرسالة وتسعى إلى تحقيقه، ثم ما هو المسموح به وما هو غير المسموح به في كل هذا سواء بالنسبة للشكل أو المضمون أو الطريقة التي يتم بها التنفيذ. من هنا يكمن الفارق بين ما هو إسلامي وما هو غير إسلامي في الهدف والغاية من التنفيذ.

ب- الإعلام : علم له مرتكز ويستند إلى مرجعية:

إن رجل الإعلام ليس مخبرا يحسن الكتابة والكلام عن الوقائع الحاصلة خاصة في الفضاء السياسي أو أنه تقني صحفي (Press Technician) فحسب بل هو رجل ثقافة بالدرجة الأولى يفترض فيه أن يمتلك مرجعية ويستند إلى تصور حضاري معين وهو على حد تعبير ابن خلدون يتموقع مع المقاصد (الغايات). ومن هذا المنطق فهو يكيف رسالته الإعلامية من بعد قيمي كمرجعية ومرتكز ومركز رؤية، ونلاحظ من هذه الزاوية مسألة أخرى تتمثل في « تغييب القيمة » في برامج التدريس الإعلامي في أقسام علوم الإعلام والاتصال وحضور هذه القيمة بشكل غير إعلامي في كليات العلوم الإسلامية. ولكي يكون الأمر أكثر جلاء وأشد وضوحا نستشهد هنا بقول كرم شلبي الذي تساءل بخصوص هذه القضية قائلا: «هل تبيح لنا شريعة الله أن نسترق السمع أو نتجسس أو نتلصص للحصول على خبر نسعى به للسبق الصحفي (scoop) والتفرد قبل الآخرين؟ وهل يبيح لنا الإسلام أن ننشر أخبار الجنس والأسرار الخاصة والفضائح؟ ثم يتساءل من ناحية أخرى هل تقديم الأخبار والمعلومات وتوجيه وسائل الإعلام لخدمة أهداف الروس (سابقا) في الشيشان يتساوى مع تقديم الأخبار والمعلومات وتوجيه وسائل الإعلام لتحقيق أهداف المسلمين هناك؟ أليس هناك فوارق واضحة شاسعة بين الهدفين والغرضين والإعلاميين» [14].

نقول نحن من هذا التساؤل المحوري أن مادة الإعلام من منظور إسلامي أساسية وتصبح دراستها أمرا واجبا، ويصبح إعداد رجل الإعلام من منطلق أطر حضارتنا واجبا لا مفر منه. ومن هذا المنطلق يمكن اقتراح إدراج نظريات الإعلام الإسلامي (وهي كثيرة نواتها الأولى في العالم العربي جامعة الأزهر الشريف عندما تولى إبراهيم إمام رحمه الله تأسيس قسم الإعلام بهذه الجامعة) في التدريس والتكوين والبحث الإعلامي لأنها تتميز بامتلاكها البعد الفكري المناسب الذي يربط بشكل جيد بين القيمة الشرعية والعلوم الإعلامية. فالإعلام- صحيح- لم يعد كلمة مجردة ولم يعد مجرد تقديم الأخبار والمعلومات لمجرد أنها أي أخبار وأي معلومات وإنما تقدم الأخبار والمعلومات على أساس نظريات هي خلاصة لفلسفة أنظمة سياسية واقتصادية تمثل مصالح معينة وتخدم فكرا بعينه (مثال إعلام الفكرة الصهيونية). ومن ثم فإن انتقاء هذه الأخبار والأفكار

وتقديمها وأسلوب عرضها لا يأتي من فراغ ولا يتم لغير هدف أو غرض. هذا وينبغي بالإضافة إلى ذلك القضاء على بعض المفاهيم غير الصحيحة عن الإعلام ووسائله لدى البعض الآخر بحيث استقر في أذهان هؤلاء أن الإعلام مرادف للرقص والغناء والتسلية والعبث أو كما يقول آخرون «فن الكذب!». وهذه الأطروحات بقدر ما يغلب عليها الطابع الانفعالي (ردود فعل سريعة) بقدر ما هي عبارة عن نقد اختزالي، حيث يختزل الإعلام كله تحت مفهوم «سلبي» فتحصل الغفلة عن التعدد والتنوع والتطور المذهل في مجال الإعلام وفنونه ونظرياته. وطبعا هذه الأطروحات أو الأحكام المسبقة لم يعانِ منها الإعلام فقط، فقد عانى علم النفس هو أيضا من تلك الأطروحة التي تختزله في «فرويد والجنس»، وعلم الاجتماع عندما كان يختزل في «دوركايم والانتحار». بينما هناك مدارس فرعية عدة حتى في إطار الفرويدية نفسها، كما أن تخصصات علم الاجتماع في الغرب وحده قد وصلت إلى 50 تخصصا. يقول مصطفى عشوي أن عمر الجمعية الأمريكية لعلم النفس الآن أكثر من قرن، وأن تخصصات الفروع الاجتماعية مجندة لخدمة الإنسان والمجتمع، وأن بعضها مجند أيضا للتأثير في المجتمعات الإسلامية ومحاربتها وغزوها ثقافيا ونفسيا، بل ولتعميق خلافاتها وتشرذمها وتركيز اهتمامها في القضايا السطحية [15].

وتأسيسا على ما سبق، ينبغي النظر إلى الإعلام على أساس أنه وسيلة ورسالة في نفس الوقت. وهذه الأخيرة تستطيع أن تبني أو تهدم حسب الهدف المسطر لها والغاية من بثها. كما لا يفوت هنا القول أن الدعوة إلى تأصيل الإعلام لا يقصد منها أن نجعل الصحفيين سجناء التراث أو تكبيلهم به، فيتحولون إلى فقهاء أو رجال فتوى ويتحول تدريس الإعلام إلى علم أصول الفقه أو أصول الدين أو تاريخ إسلامي... فالعلوم الشرعية لها طبيعتها الخاصة والعلوم الإعلامية لها طبيعتها الخاصة أيضا ولها متطلباتها وأهدافها وفنونها المختلفة.

4- نحو منهج بحث للتكامل المتفاعل: والانتقال في الإعلام من سؤال من ماذا نقول؟ إلى كيف نقول:

يتعين الآن لتفادي هذه المأزق تقديم تصور واضح لهذا التخصص «الإعلام في العلوم الإسلامية» يخرجه من جحر الضب ويحميه من متاهات الخرافة والدجل التي

ألصقت به لفترة من الوقت. وإذ نحن نستخدم هذا المصطلح «التكامل» أو «التجاور المتفاعل»، فذلك لأننا نريد في نهاية المطاف وضع الدعوة والإعلام في سكة واحدة يكون الإعلام في خدمة الدعوة وتكون هذه الأخيرة هدفا ساميا للإعلام ويحدث التفاعل بينهما من حيث المضمون (ماذا نقول ؟) والشكل (كيف نقول ؟) والغاية والهدف.و هو ما يسمى نظريا بالإعلام الإسلامي العلمي .

إن تلاقي الدعوة بالإعلام من حيث التدريس والتأطير والتوجيه لا ينحصر في محتوى الرسالة وشكلها فحسب بل يتعداها إلى المرسل، فالوسيلة، فالمتلقي فالأثر وضمن نظام اجتماعي وبعد حضاري.

وقد اتضح بأن الإسلام يقدم أنموذجا إعلاميا يقوم على فلسفة مغايرة لتلك التي تميز الإعلام الحالي ويوفر نظرة عن كل مكون من مكونات الإعلام التي أشرت إليها. فالرسالة الإعلامية في الإسلام تهدف إلى تكوين الإنسان معرفيا، كما تتصف بالصدق والإنصاف. فالصدق في القول هو قوام الاتصال والتعامل والتعارف والتناصح، وقد نهى الإسلام عن الكذب بكل صوره وأشكاله. قال تعالى: ﴿ إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ ﴾ [16]. وقال تعالى: ﴿ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ ﴾ [17]. وفي قوله تعالى أيضا: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴾ [18]. ولما كان الإعلام في كل صوره يقوم على الرسالة، فلا بد أن تكون هذه الرسالة في المجتمع المسلم خاصة هي الصدق كل الصدق، أي لا بد أن تكون صادقة المنبت نابعة عن رؤية صادقة صحيحة، بحيث تهدف إلى تحقيق الخير والنفع. وحين نأتي إلى مجال التطبيق الإعلامي، فإن صفة الصدق في الإعلام تستلزم ما يلي:

صدق الخبر: وهو ما يعني الالتزام بالحقيقة بغير زيادة ولا نقصان والابتعاد عن الإشاعات والدعايات المغرضة حتى لا يصبح المجتمع في ريبة وشكوك وهما أساس الفتنة. قال تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴾ [19].

صدق الصياغة: فالإعلام في صياغته للخبر ملتزم بأمانة الكلمة، فلا يعمد إلى ما يعمد إليه غيره من التهويل أو استخدام أسلوب الإثارة أو الإيحاء بغير الحقيقة المجردة. قال تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۝ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ

﴿ وَمَن يُطِعِ ٱللَّهَ وَرَسُولَهُۥ فَقَدۡ فَازَ فَوۡزًا عَظِيمًا ﴿٧١﴾ ﴾[20]. والقول السديد حسب، حامد عبد الواحد، هو ذلك القول الذي يتوفر له جانبا الصدق والخير معا، وسداد القول يحتم- كما يقول- التفكير والتعقل والروية قبل إصدار القول، إلى جانب أن يكون القول صادرا عن صدق وإيمان [21]. أما في باب الوسيلة في الإسلام، فإن الدين الإسلامي يدعو إلى اكتساب كل الوسائل الحديثة التي تمكن من إيصال الرسالة دون عوائق زمكانية. وينبغي في هذا الإطار دمج الوسيلة (التقنية) في المنظور الثقافي القيمي للمجتمع، أي إدخال الثقافة في التقنية وليس تحويل الثقافة إلى تقنيات. فهذه العملية تعطي الأولوية الفائقة للتحول الثقافي وتضمن الإشراف أو التوجيه الثقافي القيمي للتقنية والتكنولوجيا. ومن هذه الزاوية نستطيع القول أن الدعوة تصبح موجهة للإعلام عند إدخالها في التقنية، بشرط، أيضا دمج الإعلام (كتقنية) في المنظور القيمي للمجتمع. أما على مستوى المرسل، فينبغي عليه مراعاة ميول الجمهور وحوافزه النفسية ومستوى ثقافته والظروف الاجتماعية التي يحياها والرسالة تكون فعالة عندما تكون مبنية على معرفة الجمهور المتلقي. والمعادلة الصحيحة في هذا الإطار ترتكز على السؤال الآتي: ليس فحسب ماذا يحب الناس أن يقرؤوا ويسمعوا ويشاهدوا، وإنما أيضا، ماذا يجب أن يقرأ الناس ويسمعوا ويشاهدوا؟ ولا شك أن تحقيق هذه المعادلة أو هذا المطلب يستلزم بالضرورة معرفة الجمهور حق المعرفة من خلال سبر آرائه وما أحوجنا إلى هذا النوع من الدراسات التي تنتقل إلى الميدان، أما على مستوى الأثر فيكون إيجابيا كلما اقترن المحتوى الإعلامي بقيم المجتمع وثقافته ومساحته الحضارية.

إن التكامل بين الدعوة والإعلام أو بين مساقات العلوم الإسلامية والعلوم الإعلامية لا ينحصر في المواضيع الدينية فحسب، بل التكامل الناجح بينهما ينبغي أن يكون في شتى المجالات، السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والرياضية الخ. وحتى على مستوى المنهج (من الناحية الأكاديمية) فتستفيد العلوم الإسلامية الدعوية من مناهج علوم الإعلام والاتصال وهي مناهج في أغلبها استقرائية (Induction) وأمبريقية، ويستفيد الإعلام من مناهج الدعوة أو العلوم الشرعية وهي في أغلبها استنباطية (deduction). فمن أمثلة التكامل الناجح بين العلوم الاجتماعية والعلوم الشرعية هو موضوع الاقتصاد. فعلم الاقتصاد مثلا مهما استعمل من مناهج علمية وتقنيات إحصائية لا ينبغي أن ينفصل

عن إطار نظري عقيدي. ولذا فإن علم الاقتصاد ضمن الإطار القيمي الإسلامي لا يمكن أن ينفصل عن التصور الإسلامي للملكية ودور الإنسان في التصرف في الملكية، بل لا يمكنه أن ينفصل عن المبادئ الإسلامية العامة في تداول الأموال، بحيث لا يسمح الإسلام مثلا بالبيع والشراء دون قيود وشروط ترتبط في معظمها بمفهومي الحلال والحرام.

وفي الختام، لا نريد من خلال هذه الدراسة المتواضعة الوصول إلى الكمال فذلك مستحيل، وإنما نطمح إلى تكوين رجال إعلام يجاورون على الأقل بشكل متفاعل بين العلوم الإسلامية والإعلام. يقول عبد الرحمن بن مهدي نحن لا نرغب في رجل إمام في الحديث وليس بإمام في السنة، كما لا نرغب في رجل إمام في السنة وليس بإمام في الحديث. ولكن مهما يكن فلن نصل إلى رجل كمالك بن أنس الذي هو إمام فيهما جميعا.

المراجع:

1 - أنظر محاور ملتقى طرق تدريس العلوم الإسلامية والإنسانية، الواقع والآفاق، الذي انعقد بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر :أيام :18، 19، 20 صفر 1421ه الموافق 22، 23، 24 مايو 2000.

2 - إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي، (القاهرة:دار الفكر العربي، 1985)، ص 22.

3 - محمد محمد سيد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، (الجزائر : المؤسسة الوطنية للكتاب، 1986)، ص45.

4 - سورة يونس، الآية:45

5 - سورة آل عمران، الآية: 19

6 - سورة يوسف، الآية: 108

7 - سيد، ص 46

8 - عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1974)، ص 37

9 - محمد صحراوي مقلاتي، « منهج النبي صلى الله عليه وسلم في حماية الدعوة ومنجزاتها»، مجلة التجديد، العدد 02 (ديسمبر 1997 م) : 221 – 241، ص 223.

10 - محمد الجيوشي، الدعوة ورجالها في العصر الحديث، (القاهرة : مكتبة النهضة، 1982)، ص 05

11 - عبد الرحمن سليمان عزي، « الإعلام الإسلامي : تعثر الرسالة في عصر الوسيلة »، حوليات جامعة الجزائر، العدد 04 (1989 _ 1990) : 35 _ 45، ص 38.

12 - المرجع السابق، ص ص 39.

13 - عزي، « التكوين الإعلامي : التلاقي والتلاغي بين الوسيلة والرسالة »، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 4 (خريف 1990) : 7 – 41، ص10.

14 - كرم سليمان شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، (جدة : دار الشروق، 1988)، ص 11.

15 - مصطفى عشوي، « نحو تكامل العلوم الاجتماعية والعلوم الشرعية »، مجلة التجديد، العدد 01، (يوليو 1997م) : 55 – 81، ص 60.

16 - سورة النحل، الآية: 105

17 - سورة الحج، الآية: 30

18 - سورة التوبة، الآية: 119

19 - سورة الحجرات، الآية: 06

20 - سورة الأحزاب، الآيتان: 70 – 71

21 - عبد الواحد حامد، «الإعلام في المجتمع الإسلامي»، مجلة رابطة العالم الإسلامي، العدد 33، (سبتمبر 1984 م) : 56 – 80، ص 72.

التجربة الجزائرية في علوم الإعلام والاتصال

منذ الإستقلال إلى يومنا هذا

أ. حفصة كوبيبي

جامعة عبد الحميد بن باديس ـ مستغانم /الجزائر

تمهيد

دخلت علوم الإعلام والاتصال ـحسب التعبير الفرنكوفوني- إلى البلدان العربية في الستينات من القرن الماضي في بعض البلدان كمصر والجزائر، كما تأسست معاهد خاصة بالإعلام في السبعينات في الكثير من الدول العربية كالمملكة المغربية، تونس، ودول الخليج العربي، والتي تطورت في الثمانينات والتسعينات. حاليا لا يوجد بلد عربي لا يدرس فيه الإعلام والاتصال في التعليم العالي.

وتظهر الكثير من التقارير أن برامج التعليم العالي للإعلام والاتصال في الوطن العربي إما متأثرة بالنموذج الأنجلوسكسوني أو بالنموذج الفرنسي كبلدان المغرب العربي، وفي مقدمتها الجزائر.

وتعتبر الجزائر من الدول العربية الرائدة في مجال تدريس الإعلام في المرحلة الجامعية، ما يناهز نصف قرن (1964-2014)، وتشير الاحصائيات إلى « وجود أكثر من 30 قسم لعلوم الإعلام والاتصال بمختلف الجامعات الجزائرية بالإضافة إلى مدرسة وطنية عليا للصحافة وعلوم الإعلام التي فتحت مع بداية العام الجامعي 2009/2010، وبعض المدارس التي بدأت التدريس في هذا القطاع، ولكن ما هي أهم محطات هذا

القطاع منذ الاستقلال إلى يومنا هذا؟ وما هي وضعية البحوث الإعلامية ؟ وما هي أهم الصعوبات التي يتعرض لها الباحث ؟

1. تاريخ التعليم العالي لعلوم الإعلام والاتصال في الجزائر:

يمكن أن نقسم مراحل التعليم العالي لعلوم الإعلام والاتصال بالجزائر إلى الفترات التالية :

أ ـ فترة الستينات:

بعد استرجاع السيادة الوطنية ومقوماتها اهتمت الدولة الجزائرية المستقلة بقطاع الإعلام، والذي يظهر من خلال التشريعات والنصوص المختلفة، وإعادة هيكلة مختلف المؤسسات الإعلامية - باعتبارها أحد القطاعات الاستراتيجية- بالطريقة التي توافق واتجاهات السياسة العامة للبلاد آنذاك. حيث اقترنت فلسفة التدريس الإعلامي بمخطط بناء الدولة الاشتراكية، وبرزت ضرورة إيجاد مؤسسة تتكفل بالتكوين والتدريب الإعلامي وتحقق ذلك سنة 1964، فبعد عامين من استقلالها شهدت الجزائر ميلاد المدرسة الوطنية للصحافة، التي تم إنشاؤها بعد الاستقلال بمساعدة منظمة «اليونسكو» تحت إشراف وزارة الإعلام واهتمت هذه المدرسة -حصرا- بتكوين إعلاميين مهنيين دون الاهتمام بالتنظير أو البحث العلمي.

وقد ظلت هذه المدرسة لمدة ثلاثة عقود المكان الأوحد لتدريس علوم الصحافة والإعلام، حيث انطلق التدريس بأعداد محدودة من الطلبة وذلك لعدة أسباب في مقدمتها نقص التـأطير وقلة الإمكانيات، وبدأ التكوين باللغة الفرنسية (أساتذة فرنسيين، بلجيكيين وأفارقة) وذلك بحكم الظروف التاريخية، كما ظهر قسم آخر معرب التكوين، يؤطره عرب من المشرق وخاصة كوادر مصرية.

الهدف الأساسي من هذه المدرسة هو تخريج إطارت إعلامية تملا الفراغ الإعلامي الموجود آنذاك من جهة ومن جهة أخرى تكوين مناضلين مدافعين عن الإشتراكية في مدة ثلاث سنوات دراسية للحصول على الليسانس. وبدأت أولى الدفعات تتوالى منذ سنة 1967 (بعد ثلاث سنوات من التدشين).

أما عن البرنامج الدراسي، فقد كانت أغلب مواده ذات طابع مهني تتوافق وأهداف المعهد، كفنيات التحرير، الإخراج الصحفي، القصاصات الصحفية، بالإضافة إلى بعض المواد الأخرى ذات الطابع الثقافي العام، كعلم الإجتماع العام، علم النفس الإجتماعي،القانون، والأنظمة الدستورية.

وقد أضيفت مادة النحو العربي والقواعد الإملائية لطلبة القسم العربي، وذلك نظرا للضعف اللغوي الذي ميزهم في الحقبة.

ب ـ فترة السبعينات:

بدأ الإهتمام بالتكوين الأكاديمي العالي في منتصف السبعينات، وشهدت تلك الفترة بداية البعثات الطلابية إلى الخارج للحصول على الشهادات العليا في الإعلام والاتصال. ومن بين أهم مميزات التعليم العالي فترة السبعينات: التكوين النوعي والنخبوي، إذ تميزت الجامعة الجزائرية آنذاك بالأعداد القليلة للطلبة، وتميزت الدفعات الأولى بتكوين عال وجيد في الإعلام والتي تقلدت لاحقا مسؤوليات وقيادات في مختلف المؤسسات الإعلامية، وهي الحالة التي لا نجدها الآن نظرا لحالة التشبع التي تميز هذه الفترة.

وفي عام 1974 تم دمج المدرسة الوطنية للصحافة مع معهد الدراسات السياسية لينشأ معهد العلوم السياسية والإعلامية وتصبح تابعة لوزارة التعليم العالي وتميزت هذه المرحلة بزيادة سنة واحدة في مدة التكوين، حيث أصبحت مدة الدراسة الجامعية لنيل الليسانس (البكالوريوس) أربع سنوات: سنتي جذع مشترك وسنتي تخصص .

حيث تم إدماج مواد الثقافة العامة في الجذع المشترك، وأدمجت بقية المواد الأخرى كتقنيات التحرير والتنشيط في السنتين المتبقيتين.

وما يميز البرنامج الدراسي في هذه الفترة هو:

حضور مادة التاريخ بشكل بارز من خلال الكتب الستة عن تاريخ الصحافة في الجزائر للأستاذ زبير سيف الإسلام يرحمه الله وكتابات الدكتور زهير إحدادن، - شيخ تاريخ الصحافة الجزائرية- عن تاريخ الصحافة الأهلية في الجزائر.

ويتميز تاريخ الصحافة في الجزائر بالزخم والتنوع الثقافي والسياسي والإرتقاء في الكتابة والطرح بشكل لا ينافسه في ذلك إلا ربما تاريخ الصحافة المصرية. وللأسف

فإن هذا التراث المهني والمعرفي الإعلامي لم يجد له مكانة في التدريس الإعلامي في الجامعة الجزائرية إلا باستثناءات محدودة[2].

وتضمن التكوين أيضا شيئا من الإجتماع من خلال كتاب «التفكير العلمي عند ابن خلدون» لأحد أساتذة المدرسة الأستاذ ابن عمار الصغير.

وكانت تصل بعض الوثائق القليلة من المشرق مثل كتاب «المسؤولية الإعلامية في الإسلام» للأستاذ محمد سيد محمد يرحمه الله والذي كان أحد أساتذة المدرسة وبعض المواد باللغة الفرنسية عن الباحث الفرنسي فرانسيس بالFrancis Balle.

وعلى العموم كان التدريس الإعلامي في الجزائر بداية السبعينيات يتسم بالنزعة الحرفية (أي التركيز على مواد التحرير الإخباري وفن الإلقاء والتقديم، الخ.)، كما طغت الأيديولوجية على التكوين الإعلامي آنذاك إذ كانت مفاهيم «الإشتراكية» و«الرأسمالية» قاسما مشتركا في الجو السائد في المدرسة، ويمكن القول بالتالي أن التكوين كان يتسم بحضور الأيديولوجية والقليل من العلم والفكر. فعزي عبد الرحمن لما تحدث عن التكوين الإعلامي أشار إلى تشبع طلبة الجذع المشترك بالفكر الغربي وطرح الأباء الأوائل لعلوم الإعلام والاتصال لم يكن يشخص وضعية اجتماعية يعيشها فاعل اجتماعي معزول عن تأثيرات السياق وممارسات الفاعلين الاجتماعيين الآخرين، بل قدم تشخيصا واضحا لبنية التكوين في الجامعة الجزائرية آنذاك، وتأثير ذلك على نمط التفكير ونتائجها على الفكر ضمن عنصر الزمن.

وكانت تحضر بعض الشخصيات الإعلامية والثقافية والسياسية لإلقاء محاضرات بالمدرسة من أمثال الأستاذة زهير ونيسي، وزير الثقافة، ورضا مالك، الكاتب الصحفي بجريدة المجاهد أثناء الثورة و«بول بالتا» Paul Balta مراسل صحيفة «لوموند» Le Monde بالجزائر آنذاك.[3]

كما تميزت هذه الفترة بالمحاولات الجاهدة للتعريب الكلي للدراسة، وكذا إرسال البعثات الطلابية إلى الخارج.

ج ـ فترة الثمانينات:

تم فك الإرتباط بين التخصصين " الإعلام والسياسية" بداية من الدخول الجامعي

1982/1983، وأصبح التكوين في الجزائر يتم بمعهد علوم الإعلام والاتصال، ومن خلال التسمية الجديدة نلاحظ تطور منظور القائمين على التكوين الإعلامي...[4] وتعتبر هذه الفترة من أبرز مراحل التكوين الإعلامي في الجزائر منذ إستقلالها، حيث تميزت بالتعريب الكامل للتدريس، والإعتماد على الكوادر الجزائرية، وخاصة بعد عودة البعثات الطلابية من الخارج، كما تميزت بديمقراطية التعليم ومجانيته، ولكن ظلت صفة المناضلة والإلتزام بالاشتراكية ترافق التكوين الإعلامي.

د ـ فترة التسعينات

انتقلت علوم الإعلام والاتصال من تخصص نخبوي إلى تخصص جماهيري مع مجيء فترة التسعينات التي جلبت معها جملة من التغييرات التي مست العديد من المجالات، منها التعليم العالي.

وبالتحديد سنة 1999، أن الغي نظام المعاهد وحل مكانه نظام الكليات والأقسام. وكانت البداية مع جامعة عنابة في الشرق الجزائري التي حاولت في البداية أن يتميز التكوين في الاتصال بالإهتمام بالعلاقات العامة والاتصال في التنظيمات، ثم فتح قسم الإعلام والاتصال في جامعة وهران بالغرب الجزائري، فجامعة مستغانم، ثم جامعة قسنطينة بالشرق الجزائري، وفي فترة وجيزة تعددت أقسام التدريس للإعلام والاتصال في الجامعات الجزائرية...

هـ ـ الفترة الحالية:

أما الفترة الحالية فما يميزها عن سابقتها هو إدخال النظام الجديد ل.م.د.، واستحداث مدرسة جديدة للصحافة، تحت مسمى المدرسة العليا للصحافة، وهي متخصصة في تكوين شهادة الماستر إبتداءً من السنة الدراسية 2009 - 2010، تضم طلبة من جميع التخصصات حتى العلمية منها (كالطب والصيدلة والعلوم التطبيقية) بهدف تكوين متخصصين في المجال.

غير أن المشرفين عن هذه المدرسة التابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي من بقايا الفرنكوفونية، الذين يحاولون استرجاع مكانتهم التي فقدوها بتعريب العلوم الاجتماعية

والإنسانية، منذ الثمانينات، وبذلك يطبقون برامج تكوني أكاديمي أكثر منه مهني.[5]

وعن النظام الجديد ـ فقد تبنته الجامعات الجزائرية في ظل إصلاحات التعليم العالي، نظاما جديدا يسمى (ل.م.د) وهي اختصارات للأطوار الدراسية الليسانس، (فترة ثلاث سنوات) الماستر (سنتين) والدكتوراه (ثلاث سنوات دراسية)، نظام مستوحى من النظام التعليمي الأوروبي، وقد مس هذا النظام جميع الأقسام التعليمية - بما فيها الإعلام والاتصال - ما عدا العلوم الطبية والصيدلة والشبه طبي، وبعض المدارس العليا.

شرع في تطبيق هذا النظام في علوم الإعلام والاتصال منذ السنة الدراسية 2006/2007 في مختلف الجامعات الجزائرية، وما يميز هذا النظام هو عدم توحيد المقاييس لنفس التخصص بين مختلف الجامعات (فالتخصص الدراسي عبارة عن مشروع يقدمه أستاذ محاضر بالجامعة إلى الوزارة، إن تمت الموافقة عليه يتم فتح مقاعد دراسية، ويكون هو المسؤول عن المسار)

فترة الليسانس: وهي عبارة عن ثلاث سنوات، السنة الأولى جذع مشترك علوم انسانية (ومن بين مقاييس المدرسة في هذه السنة: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، علم الإعلام الاجتماعي، بيبليوغرافيا، تاريخ، وغيرها من مواد العلوم الإنسانية الأخرى) أما السنة الثانية: فشعبة الإعلام والاتصال (و من بين مواد التكوين: فنيات التحرير الصحفي، قانون الإعلام، تقنيات القراءة والكتابة كأهم مواد التخصص، ومواد عامة أخرى كتاريخ الفكر السياسي، لغة أجنبية وغيرها من المواد العامة).

وفي السنة الأخيرة يتم اختيار التخصص من قبل الطلبة، ومن بين التخصصات الموجودة بجامعة مستغانم: إتصال اقتصادي ومالي، صحافة مكتوبة، سمعي- بصري)

أما التنظيم البيداغوجي الجديد للدراسة فيكون حسب نظام السداسيات، ووفقا لمنطق المقاييس والمكتسبات، القبلية والبعدية، وليس على أساس المعدل السنوي... كما تم تخصيص حيز أهم للأعمال الموجهة في البرنامج.[6]

ويمكن تحديد تموقع التكوين الإعلامي في هذا النظام في النقاط التالية :[7]

- عدم إعتبار علوم الإعلام والاتصال حقلا معرفيا مستقلا بذاته.
- تغييب السنة أولى من خلال دمجها ضمن العلوم الاجتماعية و/ أو الإنسانية وهذا على حساب مواد ومساقات مهمة في الإعلام والاتصال.

- تقليص فترة الدراسة إلى ثلاث سنوات وهو ما يجعلنا نتساءل عن إمكانية أن يلم الطالب باختصاصه في هذه المجال، وفي هذه المدة القصيرة مع الأخذ باعتبار السنة أولى جذعاً مشتركاً.
- نظام ل.م.د يتماشى مع الأعداد المحدودة من الطلبة، وليس مع أعداد الطلبة التي تتزايد كل دخول جامعي.

و هكذا إنتقل التكوين الإعلامي في الجزائر من النوعي إلى الكمي ومن النخبوي إلى الجماهيري.

هذا التوسع أدى إلى بداية نهاية بريق التكوين في مجال الصحافة والإعلام والاتصال، والأسباب كثيرة في مقدمتها[8]:

- تشتيت القدرات في مجال التأطير: ففتح أقسام جديدة أدى إلى التحاق بعض أساتذة هيئة التدريس لهذه الأقسام الأمر الذي أدى إلى تشتيت الطاقات وهدر الإمكانيات التي كانت بحوزة القسم الأصل بجامعة الجزائر، ففتح اقسام جديدة للإعلام والاتصال بشكل متسرع وغير مدروس الأمر الذي أوقعها في مشكلات متعددة على رأسها الافتقار للكفاءات المؤطرة والوسائل المساعدة للتدريس والتكوين.
- إفتقار العديد من الأقسام إلى وسائل إعلام محلية للتدريب ولتوظيف الخريجين.
- تواجد الأقسام في كليات غير متجانسة، فبعض الأقسام في كليات الآداب وأخرى في كليات العلوم الإنسانية والاجتماعية، أو العلوم الإقتصادية والحقوق وهذا ما جعل أقسام الإعلام تعاني التهميش مقارنة بالأقسام الأخرى المتواجدة منذ عشرات السنين.

و من بين أهم مكتسبات النظام الجديد [9]:

- ديمقرطة التعليم: تكافؤ الفرص أمام جميع الطلبة.
- الجزأرة: من خلال الإعتماد على الكفاءات الجزائرية في مجال التعليم العالي.
- التعريب: بنسبة 100 % في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية.

2 ـ الدراسات العليا في الإعلام والاتصال:

لم تظهر الدراسات العليا في علوم الإعلام والاتصال بالجزائر إلا في فترة الثمانينات، بعد عودة الطلبة المهاجرين للدراسة في الخارج، إلا أنها لم تستمر بسبب الأزمة

السياسية الخانقة التي عرفتها الجزائر فترة التسعينات، وحاليا يوجد الكثير من المشاريع الخاصة بالدراسات العليا (ماجستير، دكتوراه) في الكثير من الجامعات، غير أنه لا يوجد إحصاءات دقيقة عن الموضوع، فما زالت علوم الإعلام والاتصال تدمج ضمن العلوم الإنسانية على عكس العلوم الأخرى كعلم الاجتماع وعلم النفس التي تذكر ـ في تقارير وزارة التعليم العالي والبحث العلمي كعلوم قائمة بذاتها.

كما أنه يوجد الكثير من السياقات التاريخية، النفسية والاجتماعية- الثقافية التي تميز المجتمع الجزائري وتعترض الباحث الإعلامي في مقدمتها: [10]

ـ عدم توفر بيانات شاملة عن المجتمع الجزائري: بمختلف خصائصه، الأمر الذي لا يسمح باختيار العينة العلمية، فتظهر إشكالية المعاينة، ويمكن القول أن الأبحاث الإعلامية في الجزائر (و الجزء الأكبر منها من إنتاج طلبة الدراسات العاليا) تعتمد على العينة القصدية، وعليه تظهر استحالة تعميم النتائج منهجيا، ويضاف إلى ذلك أن معظم أفراد العينات المدروسة من فئة الطلبة، فالطالب يدرس الطالب والباحث لا يكاد يغادر محيطه الأكاديمي إلا باستثناءات محدودة.

ـ الحالة النفسية والاجتماعية للمجتمع: يصعب على الباحث الجزائري تحويل المدن والقرى إلى مختبرات بحثية حقيقة، وذلك نظرا إلى مجموعة من العوامل هي:

ـ الإرتباط بالمعتقد: والذي يتجاوز العبادات والمناسبات الدينية إلى جوانب غير شعورية تمثل جزءاً هاما من كيان الفرد والمجتمع، فالمتلقي ـ الجزائري- يرجع أسباب الظواهر دائما إلى أشياء غيبية يطبق عليها مصطلح «مكتوب» وتكثر «الله غالب، هكذا قدر لي ربي» في المجتمع، وعلى هذا الأساس كيف يمكن للباحث استجواب المتلقي عن أسباب قيامه بسلوكيات معينة وربطها بوسائل الإعلام المختلفة.

ـ تغليب العاطفة على العقل: يحتكم الفرد الجزائري إلى العاطفة بدل العقل، في أغلب مواقفه وسلوكياته بما في ذلك تعامله مع وسائل الإعلام.

ـ حرمة المؤسسة العائلية: فالظروف التي مر بها المجتمع الجزائري وعدم الإستقرار، ولدت عصبية نحو العائلة، لها أسرارها الخاصة، وبحثيا قد تشكل الأسرة أهم متغير للدراسة في ارتباطها بوسائل الإعلام، والتي لم تعتد على شيء اسمه «باحث»، لذلك توجد صعوبات كبيرة في كسب ثقة هذه المؤسسة، والعلاقة بينها تبدو جد صعبة إن لم تكن مستحيلة.

ويوجد العديد من الأسباب الأخرى التي قد تعترض الباحث الإعلامي كغياب المجال العام (غياب الحياة الاجتماعية في المحيط العام)، الشخصية الإنفعالية، التناقض بين الأقوال والسلوكيات، النزعة الجماعية وغيرها.

وعلى هذا الأساس يجب على الباحث أن يدخل هذه الإعتبارات ليس في إجراءات بحثه فحسب، وإنما في تحليل نتائجه، فالنتائج محكومة بالسياقات المحيطة.

3 ـ ضرورة إعادة النظر:

إن نجاح التدريس الإعلامي في الجزائر مستقبلا يتوقف على مدى الوعي بخصوصية التكوين في هذا الحقل وبتقسيم شامل لمخرجات التكوين في العشرية الأخيرة وتصحيح الأخطاء التي ميزت التجربة[11] وتحديد التحديات التي تواجه التعليم العالي وبخاصة في قطاع الإعلام والعمل على تجاوزها، وفي مقدمتها[12]:

- التحدي العددي: يرتبط بالأعداد الهائلة للطلبة الذين يلتحقون بشعبة علوم الإعلام والاتصال كل سنة، الأمر الذي يؤثر على نوعية التعليم.

- التحدي النوعي: غياب نوعية التعليم الناجم عن الأعداد الكبيرة للطلبة، في ظل قلة هياكل الاستقبال والتأطير، ولسد احتياجات التكوين تم الإستعانة بأساتذة من خارج التخصص كعلم النفس والاجتماع وعلوم المكتبات، بحجة أن علوم الإعلام والاتصال عابرة للتخصصات- خاصة بعد هجرة العديد من الأساتذة فترة العشرية السوداء-، كما تم الاستعانة بمراسلي الصحف والمجلات في تدريس بعض المقاييس الإعلامية كتاريخ وسائل الإعلام، الأمر الذي إنعكس على نوعية التكوين.

و بالرغم من أن المجتمع الجزائري- كما وصفه عزي عبد الرحمن- لا يزال يوصف بالمحلي، وليس له ذلك الحضور البارز على المستويين الإقليمي والدولي، كغيره من الدول النامية، وتسوده الثقافة الشعبية، التي تعتمد على البقاء للأقوى لذلك يكثر العنف اللغوي والجسدي،و بالرغم من إهمال علوم الإعلام والاتصال من قبل السلطات الوصية- على حساب بقية التخصصات الأخرى وخاصة التطبيقية منها- إلا أنه يتوجب على الباحث الإعلامي التكيف وخصوصية مجتمعه، والعمل على إيجاد الطرق الجيدة لإنجاح بحثه.

الهوامش:

1: عبد الرحمن عزي: التنظير الإعلامي القيمي الفرص والتحديات، مداخلة ألقيت في الملتقى الدولي الثاني حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، بعنوان: نظريات الإعلام المعاصرة، 3-4 ديسمبر 2013، جامعة عمار ثليجي- الأغواط، الجزائر.

2: عبد الرحمن عزي: التنظير الإعلامي القيمي الفرص والتحديات،مرجع سابق.

3: للاطلاع أكثر: عزي عبد الرحمن: التكوين الإعلامي والمتصورات المرجعية، دراسة حالة ميدانية، المجلة الجزائرية للاتصال، ع 10، 1995، ص ص 30-7.

4: عبد الرحمن عزي: التنظير الإعلامي القيمي الفرص والتحديات، مرجع سابق.

5: محمد شطاح : التدريس الإعلامي في المرحلة الجامعية في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع 08، ماي 2012، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، الرياض، السعودية.، ص.135

6- http://alik.over-blog.org/article-52773046.html:

7-MESRS: L'enseignement supérieur et la recherche scientifique en:
Algérie, 50 années au service du développement 1962-2012; p.21.

8: محمد شطاح: التدريس الإعلامي في المرحلة الجامعية في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر، مرجع سابق، ص. 142.

9: المرجع نفسه، ص.137.

10-MESRS: L'enseignement supérieur et la recherche scientifique en :
Algérie,op.cit, p.p.30-31.

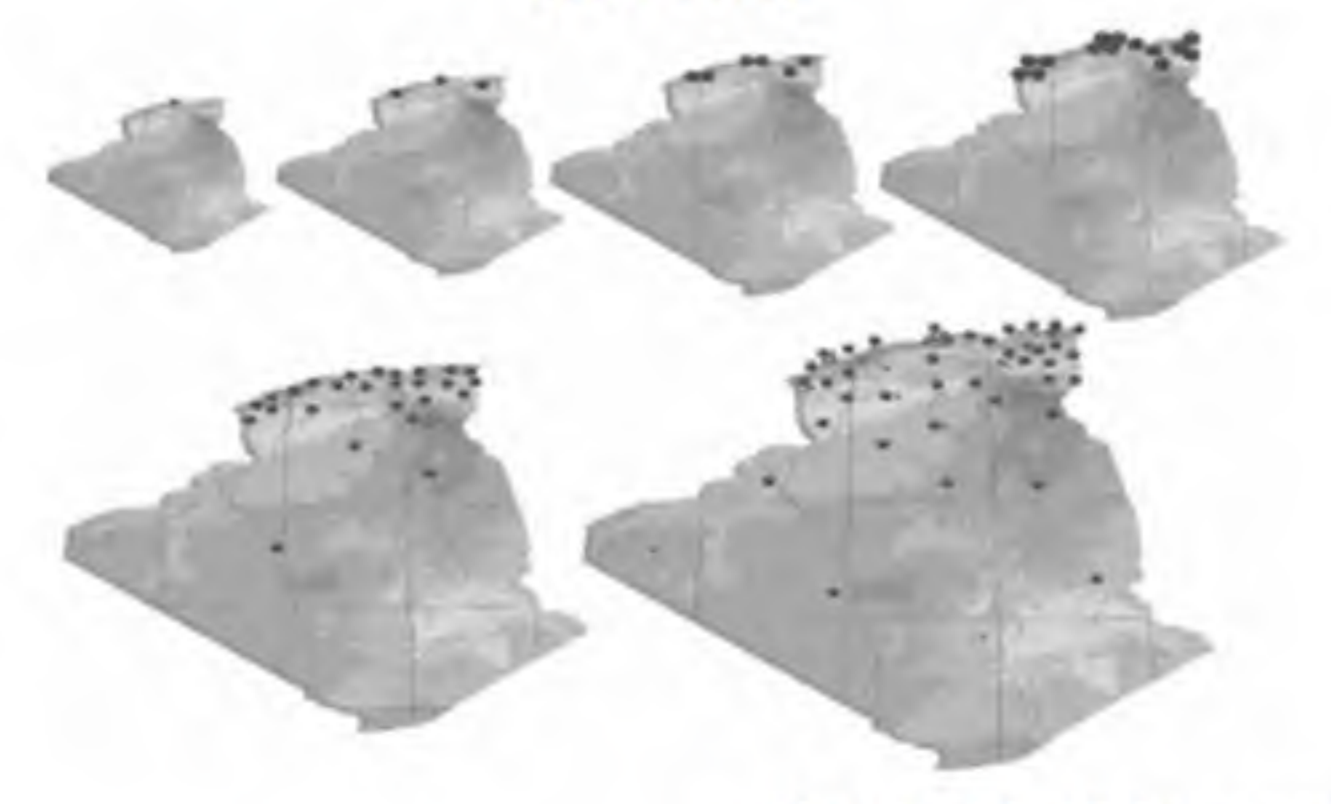
للاطلاع أكثر: عبد الرحمن عزي: منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطية، تونس،ط.2013،01، ص.ص.75-67.

11: محمد شطاح. التدريس الإعلامي في المرحلة الجامعية في مؤسسات التعليم العالي بالجزائر، مرجع سابق، ص. 155.

12-http://alik.over-blog.org/article-52773046.html

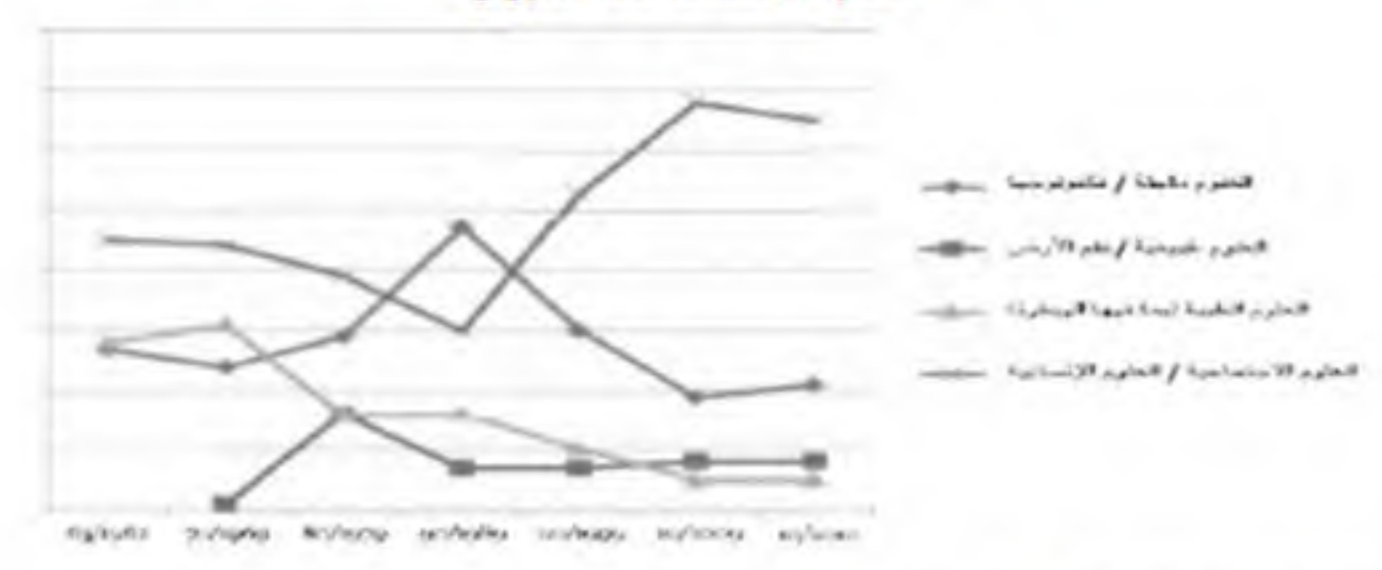
الملاحق:

الملحق رقم (01) وتيرة زيادة عدد الجامعات الجزائرية (1962-2012)



المصدر: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

الملحق رقم(02): زيادة عدد الطلبة المسجلين في مرحلة التدرج حسب الاختصاصات الكبرى



المصدر: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

- الملاحظ هنا هيمنة العلوم الإنسانية والاجتماعية، وبالرغم من ذلك لا تحظى بالأهمية اللازمة، وخاصة من ناحية الاحصائيات التي تقدمها وزارة التعليم العالي.

استراتيجيات تطوير البحث العلمي في العالم العربي
الجزائر نموذجا

أ. شريفة طبيب
جامعة قسنطينة 3/ الجزائر

تمهيد

بدأت الحكومات تتفطن منذ مدة طويلة إلى أن إشعاع دولة ما يأتي عن طريق نشر ثقافتها الناتجة عن طاقاتها العلمية المنتجة للمعارف، ضف إلى ذلك أن الاعتراف الدولي بمستوى الإنتاج العلمي لأي دولة يعتبر من المعطيات التي لا يستهان بها، هذا ما جعل أغلبية الدول الصناعية تخصص نسبة تتراوح ما بين20% - 10%من نفقات البحث العلمي والتطوير للبحث الأساسي المنفذ على مستوى الجامعات وبعض الهيئات المتخصصة أن يجرى تكوين الباحثين وإنتاج المعارف الأساسية.

لذلك أدركت الجزائر منذ مدة طويلة أن بناء دولة حديثة يتطلب إعطاء أهمية كبيرة للبحث العلمي، هذا الأخير حتى يكون ناجحا ينبغي أن يبنى على عدة عناصر أهمها تبني أنظمة تعليمية تشجع على البحث والإبداع واستثمار نسبة معتبرة من ميزانية الدولة في البحث العلمي وجلب أحسن الكفاءات لتأطير البحث العلمي الوطني وتعيين عدد من الباحثين والخبراء لتقييم البرنامج وتشجيع أبناء الوطن ماديا ومعنويا للقيام بأبحاث علمية تحقق أهداف البرنامج المسطر ونتائج البحث العلمي المحققة والتي يتم تسجيلها كاكتشافات تستغلها الجامعات والدول في تسويقها كمنتجات تعود عليها بأرباح طائلة غالبا ما تكون أضعاف القيمة المالية المستثمرة، وعليه فإن البحث العلمي والتطوير التكنولوجي يمثلان بالنسبة لأي بلد استثمارا بالغ الأهمية كونهما يغطيان كل ميادين النشاط الأساسي بدءا بالبحث الأساسي مرورا بالبحث التطبيقي للوصول إلى أفكار

مبتكرة تثمن بدورها وتتحول إلى مؤسسات إنتاجية.

ولتسليط الضوء على هذا الموضوع سيتم تقسيم الورقة البحثية إلى ثلاثة محاور أساسية هي:

أ- نظرة تقييمية لواقع البحث العلمي في الجزائر.

ب- استراتيجيات تطوير البحث العلمي في الجزائر.

ج- رهانات البحث العلمي في الجزائر.

أ- نظرة تقييمية لواقع البحث العلمي في الجزائر:

إذا كانت العديد من الأراء والاتجاهات تربط التنمية أساسا بالاعتبارات الاقتصادية، فإن الإنسان يظل من الناحية الافتراضية هو محور كل تنمية حقيقية، فهو وسيلتها الرئيسية كما هو هدفها في آخر المطاف، بحيث ينبغي أن تنصب على تأهيله وتمكينه من مختلف المقومات العلمية والعملية والاجتماعية والاقتصادية ويعتبر البحث العلمي أحد المداخل الرئيسية التي تدعم بلورة تنمية إنسانية حقيقية.

وتعتبر العديد من الأقطار العربية من ضمن أكثر الأقطار حاجة إلى تطوير البحث العلمي والمراهنة عليه في تنميتها، وذلك بالنظر إلى مجموعة من الاختلالات التي تعتري هذا القطاع الحيوي، فالاعتمادات المالية المرصودة له داخل عدد من هذه الدول لم تصل بعد إلى 1 بالمائة من الناتج الداخلي الخام، وهي نسبة ضعيفة وتبتعد كثيرا عن المعدل العالمي المحددة في 2.3 بالمائة، تؤثر بشكل سلبي على البنيات التحية المرتبطة بهذا الشأن، حيث تظل في مجملها تقليدية وغير كافية.

فلقد اتضح جليا أن الثـورة العلميـة والتكنولوجيـة التي يعيشها العالم اليوم هي أساس التقدم الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتطورة وأن المستقبل للدول التي تستعمل البحث العلمي المنهجي والمنظم وكذا البحث التطبيقي لخدمة تقدم وازدهار شعوبها، على غرار هذه الدول تسعى الجزائر جاهدة لتطوير قدراتها في ميدان البحث العلمي والتطوير التكنولوجي عن طريق هيكلة منظومة البحث العلمي وذلك لاستدراك التأخر المسجل ومواجهة مختلف التحديات الناجمة عن ظاهرة العولمة.

وتجدر الإشارة إلى أن أسباب هذا التأخر ترجع بالدرجة الأولى إلى عدم الاستقرار

الذي يعتبر نتيجة منطقية للتغيرات العديدة التي طرأت على الأجهزة المسيرة والمنفذة للسياسة الوطنية من حيث الصلاحيات والتنظيم، الأمر الذي جعل عملية التكفل بمنظومة البحث العلمي والتطوير التكنولوجي تمر بمراحل متذبذبة وأثر ذلك سلبا على الظروف المادية والمعنوية التي شهدتها هذه المنظومة منذ استقلال البلاد، كما أن هناك غياب تصور واضح وشامل عن أهمية البحث العلمي والتطوير التكنولوجي من أجل بناء وإرساء القواعد الأساسية اللازمة لمجتمع عصري، أضف إلى ذلك تبدداً وتشتتاً شمل الكفاءات البشرية مما تسبب في تفكيك عملية التراكم المعرفي الذي لا مكان بدونه لأي تطور أو تقدم زيادة إلى تدهور الظروف المادية لأنشطة البحث.

وتعترف السيدة بن جاب الله الوزيرة المنتدبة المكلفة بالبحث العلمي، بوجود انقطاع في علاقة العرض والطلب في ما يتعلق بموضوع البحث العلمي في الجزائر، ومرد ذلك حسبها إلى قصور العملية الاتصالية التي يفترض أن تربط المنتج بالمستهلك، لكنها لا تعتبر العائق الاتصالي وحده المسؤول عن ذلك الانقطاع، وإنما تنظر إليه على أنه الشجرة التي تخفي الغابة، كما اعتبرت أن ميزانية 1% التي تخصصها الدولة من الدخل الوطني الخام للبحث العلمي ما هي إلا وسيلة، وأن الوصول إلى نتائج إيجابية على هذا المستوى يحتاج إلى وضع سياسة واضحة ومنهجية مضبوطة وإلا انتهت العملية إلى الفشل، واعتبرت أيضا أن المشكلة في الجزائر تكمن أساسا في وجود بحوث وغياب من يستهلكها، ذلك أن المؤسسات الوطنية العامة أو الخاصة ما زالت تعتبر البحث العلمي ثانويا في نشاطها، إذ من المفروض أن يكون البحث العلمي في قلب الرهان بالنسبة للمؤسسات، وأن تبذل الجهود من أجل أن يكون لكل مؤسسة فرعها الخاص لتطوير البحوث، وأن تخصص ضمن ميزانياتها ميزانية مستقلة للبحث لجعل منتجاتها في مستوى المنافسة.

وأضافت «الآن من يقوم بهذه العملية هو الدولة، فهي تمول مختلف مجالات البحث، ومع ذلك لا تجد من يستهلكها». من جهة أخرى أكدت بأن هذه العلاقة «المرضية» بين منتج البحث ومستهلكه تعود إلى ترسبات الاقتصاد الموجه الذي لم يكن يعطي للمؤسسة روح المبادرة، إضافة إلى المرحلة الصعبة التي مرت بها الجزائر والتي جعلتها تبحث عن استرجاع الأمن كأولوية إستراتيجية قبل كل الأولويات.

وإن المتأمل لواقع البحث العلمي العربي ومؤسساته في الدول العربية، يتبين له مدى الفجوة الواسعة بينه وبين المستوى البحثي والأكاديمي العالميين، فالدول العربية تفتقر إلى سياسة علمية محددة المعالم، والأهداف والوسائل، ويشير ياقوت في كتابه أزمة البحث العلمي إلى أن مشكلة البحث العلمي في البلدان العربية يتمحور حول 5 جوانب حسب رأيه وهي :

- ليس لدينا سياسة إستراتيجية واضحة للبحث العلمي في الوطن العربي!
- ليس لدينا ما يسمّى بصناعة المعلومات!
- ليس لدينا مراكز للتنسيق بين المؤسسات والمراكز البحثية!
- ليس لدينا صناديق متخصصة بتمويل الأبحاث والتطوير!
- ليس لدينا حرية أكاديمية كافية، كتلك التي يتمتع به البحث العلمي عند الغرب!

إضافة إلى البيروقراطية والمشكلات الإدارية والتنظيمية، والفساد المالي والإداري في مؤسسات البحث العلمي الحكومية، إلى جانب هذا تأخر عملية نقل المعلومة التقنية من الدول المتقدمة إلى الدول العربية، وبقاء كثير من مراكز البحوث العربية تحت قيادات قديمة مترهلة، غير مدركة لأبعاد التقدم العالمي في ميادين البحث العلمي، لا سيما في العلوم التكنولوجية والطبيعية وإهمال التدريب المستمر للباحثين، بل قد وصل حال كثير من مؤسسات البحث العلمي إلى تهميش الكوادر البحثية التي لا تتفق وسياسية السلطة أو إمكاناتها، ومن ثم يتم تهجير - أو هجرة - هذه العقول إلى الدول الغربية، لتجد هذه العقول البيئة العلمية المناسبة لها، والمعززة لمواهبها، والداعمة لأفكارها الابتكارية.

بالإضافة إلى ما سبق وإذا ما أردنا أن نطرق العوائق التي تعترض البحث العلمي في العالم العربي عامة وفي الجزائر بصفة خاصة وفي المجالات الإنسانية والاجتماعية نراها تعاني من:

← قلة المؤهلين في أساسيات البحث العلمي ومتطلبات تطبيقه: فإذا كان معدل الباحثين المؤهلين في الدول المتقدمة 3000 باحث لكل مليون نسمة من السكان فإن ذلك حلم بعيد المنال بسبب النمطية والبيروقراطية وضعف التمويل وانعدام إستراتيجية واضحة للبحوث، ففي الجزائر مثلا صرحت

الوزيرة المنتدبة المكلفة بالبحث العلمي أن القانون يضع أمام الوزارة مهمة تعبئة 100 ألف باحث، إلا أنها لم تتوصل إلى تعبئة سوى 14 ألف باحث من مجموع 16 ألفاً المطلوب تعبئتها كمرحلة أولى، وأوضحت أن بحوزة وزارتها 700 مشروع بحث نفذ منها 300 مشروع سنة2005 .

← قلة الموارد المالية المخصصة للبحث العلمي: وذلك نابع من عدم الاهتمام بالبحث والاستهانة بقيمه التنموية على حياة الفرد والمجتمع، فبالمقارنة فإن ما يرصد للأبحاث عندنا 1 % من الدخل القومي، مقابل ما تخصصه إسرائيل الذي يعادل3.1 في المائة (أو 540 دولارا للفرد)، بينما ترصد كل من اليابان وألمانيا وأمريكا حوالي 3 في المائة (أو 1000دولار للفرد الواحد).

←عدم وجود إمكانيات تساعد الباحثين: مثل المختبرات الحديثة والموارد البشرية والأجهزة المتقدمة التي تنشط الباحثين وتسند طموحاتهم كما يشمل ذلك عدم وجود بيانات متجددة عن النشاط البحثي ومن قاموا به وما الذي جرى تطبيقه من البحوث المنجزة.

← عدم تسويق النشاط البحثي: وذلك بالترويج للبحوث الناجحة بين المستفيدين منها في المجال التطبيقي في الصناعة والتجارة وتطوير المؤسسات والمنشآت الاجتماعية، مما يرقى بحياة المجتمع ليلحق بالآخرين.

← غياب الوعي لدى أفراد المجتمع : بما يقود إليه البحث العلمي من فوائد وبخاصة من هم في مواقع تؤثر في تنشيط وتشجيعه.

← التقليل من قيمة البحث العلمي: لا تزال بعض الدول العربية أو بعض الإدارات فيها لا تعي قيمة البحث العلمي، وبالتالي لا تعمل جاهدة على تمكين البحث العلمي وتيسير أموره، فهي ترى أنه ترف فكري أو علمي وليس هناك داعٍ لإضاعة المال والوقت على البحوث العلمية، وهذه الإشكالية تنعكس على نقاط أخرى كثيرة في إجراءات البحث العلمي.

← تعذر الوصول إلى بعض أوعية المعلومات: خاصة في الإدارات الحكومية

التي تضع عراقيل أمام الباحثين أو في الدول التي تمارس حجب بعض مواقع الأنترنت.

- ← وجود صعوبات ميدانية تواجه عملية جمع البيانات: وعدم تسهيل مهمة الباحث والريبة فيه وبأهدافه، وافتراض أن لديه أجندة خفية، فبوابو المعلومات Gate Keeper قد يعيقون دخول الباحث إلى بعض الأماكن التي يتطلبها البحث كالسجون والإصلاحيات أو المستشفيات......الخ.
- ← يعاني بعض الباحثين من نقص المصادر العلمية: كالكتب والمراجع والمقالات العلمية، وعدم قدرة البعض على الإفادة من أوعية المعلومات المتاحة خاصة الأوعية الإلكترونية، إما لعدم إلمامهم بطرق الإفادة من التقنية الإلكترونية أو لعدم توفرها أصلا.
- ← عدم ملامسة البحوث "للقضايا الجدية" إيثارا للسلامة: الأمر الذي يتطلب سن قوانين وأنظمة لحماية الباحثين من تعسف السلطات الأمنية.
- ← معظم البحوث التي يقوم بها أساتذة الجامعات تتم بهدف الترقية العلمية: دون أن تكون بالضرورة بحوثاً جادة، كما أنها لا تلامس الواقع المعيشي والحاجة العلمية الحقيقية.

ب- استراتيجيات تطوير البحث العلمي في الجزائر:

1- المجهودات المبذولة لتطوير البحث العلمي في الجزائر:

نتيجة للتحديات المذكورة أعلاه تسعى الجزائر جاهدة للتغلب عليها من خلال مجموعة من الإجراءات تتمثل في:

أ- إنشاء الهياكل القاعدية وتجهيزها بما يتلاءم مع الحاجيات التعليمية الجديدة.

ب- تكوين الأساتذة والمؤطرين.

ت- الاستعانة بالخبرات الأجنبية.

ث- إصلاح التعليم العالي بانتهاج نظام أل: آل أم دي، LMD.

كل هذا بهدف إصلاح وتطوير التعليم العالي، غير أننا نلاحظ أن هذه المجهودات بالرغم من أهميتها إلا أنها لا تعكس الحاجة الملحة والحقيقية لتطويره والتي تقوم على

أساليب ووسائل ومناهج وأهداف جديدة، ولذلك فإنا نعتقد أن الأسلوب الكلاسيكي للتعليم أصبح غير مجدٍ حيث تحولت قاعات الدراسة إلى قاعات ساكنة وغير ديناميكية من الناحية العلمية (عدم الانتباه، كثرة الحديث، النوم، الفوضى، الغيابات الكثيرة وغير المعاقب عليها من الناحية العملية...) الأمر الذي حد من فعالية التكوين، وعلى العموم فإنه يمكننا إجمال هذه المجهودات في الجوانب التالية:

1- الجانب الإداري والتسييري:

فيما يخص بعصرنة وتحديث التسيير، قامت الجامعات الجزائرية بتطوير وتحسين خدماتها من خلال إدخال الوسائل التكنولوجية الحديثة خاصة التكنولوجيات الرقمية في التسيير والإدارة منها الإعلام الآلي وبرامج تسيير الملفات سواء للطلبة أو المستخدمين، إضافة إلى إقامة مواقع إلكترونية على شبكات الأنترنت للتعريف بإمكاناتها المادية والبشرية، إضافة إلى كل هذا تضع كل جامعة شبكة إلكترونية داخلية (أنترانت) للتعريف بها داخل المؤسسة الجامعية من خلال عملية البث المباشر على شاشات التلفزيون، كل هذا بهدف تسهيل الخدمات واختزال الجهد والوقت.

2- الجانب التعليمي، التكوين والبحث:

سعت كل جامعة إلى إقامة شبكة معلوماتية داخلية وإلى الربط بشبكة الأنترنت على مدار 24 ساعة وذلك لتمكين الأساتذة والطلبة من تصفح المواقع التي تهمهم كما تمنحهم فرصة الاتصال بالجامعات والمراكز البحثية على المستوى العالمي، من جهة أخرى تقوم الجامعة بتوفير الإمكانات المادية الضرورية واللازمة للتكوين بهدف جعل التكوين تميز بالطابع التطبيقي أكثر من كونه تكويناً نظريا فقط، ويبرز هذا الأسلوب في بعض التخصصات دون الأخرى على رأسه الإعلام الآلي والعلوم الدقيقة والتكنولوجية.

كما تسعى الجزائر إلى إقامة مشروع يعرف بالشبكة الأكاديمية والبحثية وهي شبكة خاصة بالجامعات والمراكز البحثية الموجودة على كافة التراب الوطني الهدف منها هو تطوير خدمات الاتصال وتبادل المعلومات بين هذه لمؤسسات والمراكز البحثية، وتقوم هذه الشبكة بتوفير الوسائل التكنولوجية الضرورية للعاملين في قطاع التعليم العالي

والبحث العلمي، كما تسهل وتدعم عملية التكون عن بعد، كما يهدف هذا المشروع إلى إقامة الجامعة الافتراضية بصفة دائمة بهدف تشجيع التكوين عن بعد ومن دون مغادرة المكان الأمر الذي يساعد على تبادل الخبرات وزيادة الكفاءات المعرفية للطالب والمؤطر على السواء من خلال تبادل الأفكار والآراء العليم ومناقشة التطورات الحادثة.

3 ـ الجانب المادي والمالي:

ويتمثل في توفير الوسائل المادية لتحقيق درجة عالية من الأداء وهذا عن طريق اقتناء أجهزة كمبيوتر جد متطورة مع لوازمها، إضافة إلى البرمجيات اللازمة لتشغيلها كما وضعت تحت تصرف الأسرة الجامعية قاعات للطباعة جد متطورة إضافة إلى المبالغ المالية المخصصة لاقتناء اللوازم الضرورية للتكوين وتكوين القائمين على شؤون هذه الإمكانات تشغيلا وصيانة، دون أن ننسى الهياكل القاعدية التي أصبحت تتميز بطابع عمراني خاص، بمعنى أن الجزائر تسعى جاهدة من أجل توفير الإمكانات الضرورية للتجهيز والتسيير والتكوين ويبرز هذا في المبالغ الهامة التي تخصصها في ميزانيتها السنوية والتكميلية حيث خصصت مثلا ما قيمته 12.4 مليارا من ميزانية البحث العلمي المخصصة لدعم برنامج الإنعاش الاقتصادي ما بين 2001 و2004 للقيام بعملية التجهيز بالتكنولوجيات الحديثة خاصة المعدات الالكترونية، كما أن المشروع الخماسي المعد لسنة 2010 اعتمد على ميزانية قدرها 100 مليار دينار جزائري حظي الجانب التجهيزي منها بجزء معتبر.

نخلص من كل ما تقدم أن الجزائر واعية بضرورة تطوير وتحسين التعليم العالي وجعله يتماشى مع التطورات العالمية الحادثة والتي تمس مختلف جوانب الحياة الإنسانية لذلك نجدها تسعى جاهدة لتحقيق تقدم نوعي وكمي في سبيل تحقيق هذا الهدف، وهي في سعيها لتحقيق ذلك يجب أن لا تغفل مجموعة من الاعتبارات يمكن إجمالها فيما يلي:

← استمرار مسؤولية الدولة على التعليم وتدخلها المباشر في تمويله ومراقبة أبحاثه وتوجيهه بما يخدم حاجياتها الاجتماعية، مع فسح المجال للديمقراطية في تسيير مؤسساته من جامعات ومراكز بحث.

← محاولة تحسينه وجعله تكوينا نوعيا مع شموليته لكافة الفئات الاجتماعية

خاصة محدودي الدخل والنساء.

← العمل على مرونته بحيث يكون تعليما مستمرا مدى الحياة كما تحاول العمل على توسيع التخصصات وعدم اختزال المعارف العلمية والقدرات الفردية في التكوين الجد متخصص وإنما فتح المجال للتعاون والتبادل المعرفي بين التخصصات المختلفة.

2- البحث العلمي وإصلاح منظومة التعليم العالي في الجزائر (نظامLMD):

مر التعليم العالي في الجزائر بمجموعة من التطورات تخللتها جملة من الإصلاحات تماشيا ومتطلبات التنمية ومتغيرات العصر من أجل الوصول إلى جامعة نموذجية تتماشى وخصوصيات المجتمع الجزائري، وقد تمثلت المرحلة الأولى فيما بعد الاستقلال إلى غاية 1970 حيث عاشت الجامعة الجزائرية في هذه المرحلة جوا من التململ والتبعية للنظام الاستعماري سواء في أشكالها التربوية أو في مضامينها، وأصبحت تعيش حالة اغتراب عن المجتمع الجزائري، أما المرحلة الثانية في السبعينيات شهدت الجامعة الإصلاح عرف بإصلاح 1971 الذي جاء ليقطع الصلة بكل ما هو موروث من أساليب التكوين والبرامج وتعديلها لما يستجيب لواقع البلاد واحتياجات التنمية من القوى البشرية فقد جاء للربط بين الجامعة وسوق العمل ولتكوين أكبر عدد ممكن من الإطارات بأقل التكاليف، أما في مرحلة الثمانينات فقد شهدت الجامعة الجزائرية تطورا كميا هائلا في عدد الطلبة 100.000طالب سنة 88-87 وهي بداية الأزمة وظهور مشكلة التحجيم الذي يشكل اليوم تحديا للجامعة الجزائرية، إضافة إلى ظاهرة بطالة الخريجين وقد اتسمت العلاقة بين الجامعة والمحيط بالفتور، مما دعا الوزارة إلى اعتماد مشروع الخارطة الجامعية من أجل التخطيط للتعليم العالي لآفاق سنة 2000 معتمدة على احتياجات الاقتصاد الوطني.

كما شهدت مرحلة التسعينيات انفجارا معرفيا هائلا في مقابل اضطرابات سياسية في الجزائر انعكست على مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية مع تغيير في توجهات السوق، مما دفع بالمنظومة الجامعية لإعادة النظر في سياسات التكوين وإدخال تعديلات على البرامج وبذل مجهودات في سبيل إعداد الأساتذة الجامعيين وظهور العديد من

الدراسات لتقييم نظام التكوين الجامعي.

في هذه المراحل وعلى الرغم مما عرفه التعليم العالي في الجزائر من تطورات وإصلاحات استهدفت تقويم الاعوجاج وتحقيق التكامل بين البرامج والتوجهات التكوينية والتنموية إلا أن هذه الإصلاحات شخصت في كثير من الأحيان بالفاشلة من طرف كثير من الدارسين المجتهدين في هذا المجال، لأنها لم تستجب لاحتياجات المجتمع الجزائري لبعدها عن واقع الجامعة الجزائرية ومشكلاتها، إضافة لعدم تكيفها والتقصير في تطبيقها، خاصة ما تعلق بنوعية التكوين لأنها كرست طوال هذه السنين مبدأ الكم على حساب الكيف، زد إلى ذلك ارتفاع عدد الخريجين والبطالين الأمر الذي نجم عنه أيضا نقص في التأطير سواء من حيث الكمية، النوعية وضعف في طاقات الاستيعاب والتمويل وغيرها من المؤشرات لظواهر أعمق تشكل في جوهرها عددا من المشكلات المهمة التي تواجهها الجامعة الجزائرية اليوم.

وفي إطار الإرادة الساعية لتحسين المردود الجامعي والنهوض بهذا القطاع جاء الإصلاح الجديد LMD والذي تضمن هيكلة جديدة للتعليم العالي ومحتويات البرامج وطرق التقويم والتوجيه والانتقال وتسيير مختلف المهيأت البيداغوجية ويمكن تحديد ملامحه في:

← ضمان تكوين نوعي وفعال مع الاستجابة للطلب على التعليم العالي.

← تحقيق تلاؤم وتفاعل مع المحيط الاقتصادي والاجتماعي عن طريق التفكير في ميكانيزمات مرنة للاتصال.

← تطوير التخصصات لتتكيف مع تطور وتنوع الحرف والمهن.

← تعزيز القيم الثقافية لرسالة الجامعة كونها أداة لمواكبة التطور.

← الانفتاح على التطور العالمي علميا وتكنولوجيا.

← خلق تبادل في إطار التعاون الدولي بين الجامعات ومراكز البحوث.

← ترسيخ أسس تسيير ترتكز على التشاور والمشاركة وتعتمد هيكلة هذا النظام على 3 مراحل تكوينية تتوج بشهادة جامعية كما يلي:

1 - مرحلة أولى: شهادة الباكالوريا +3 سنوات تتوج بشهادة ليسانس.

2 - مرحلة ثانية: شهادة الباكالوريا+5 سنوات تتوج بشهادة الماستير.

3 - مرحلة ثالثة: شهادة الباكالوريا+8 سنوات تتوج بشهادة الدكتوراه ملف إصلاح التعليم العالي2004.

وتأسيسا على ما سبق، فإن مسألة الإصلاح تعد اليوم من الموضوعات الهامة والحيوية في مختلف القطاعات استجابة لما يعرفه العالم من تغيرات ومستجدات على مختلف الأصعدة، والتعليم العالي كغيره من القطاعات الحساسة للنمو الاقتصادي، فهو أكثر من مجرد فضاء للتعليم بل هو المفتاح الرسمي للرفاهية والتنمية من خلال الاستثمار الأمثل في الموارد البشرية، ولهذا فالجامعة الجزائرية مطالبة وفي كل مرحلة بمواجهة ضغوطات وتحديات العولمة والانفجار المعرفي من خلال مراجعة أهدافها، برامجها وفلسفتها بما يتوافق والتحولات الدولية والمحلية والخصوصيات المجتمعية، لأن الإصلاح عملية متكاملة ونتاج لتغيرات وحراك اجتماعي دولي ومحلي نابع من واقع هذه التنظيمات، وما تعرفه من مشكلات، فهل يستجيب الإصلاح الجديد لمشكلات الجامعة الجزائرية؟

3- تسطير البرنامج الوطني لتطوير البحث العلمي:

لتسطير هذا البرنامج شكلت لجنة مكونة من أحد عشر عالما جزائريا، خمسة منهم مقيمون في الخارج وستة مقيمون في الجزائر، منحت هذه اللجنة مهلة سنة كاملة تصوغ خلالها برنامجا مفصلا لتطوير البحث العلمي في الجزائر، وتضع رؤية لهذا القطاع تمتد لخمس وعشرين سنة! وبعدما أكملت اللجنة وضع البرنامج الوطني قامت بتكوين لجنة خبراء دولية مكونة من سبعة علماء وأمهلوا ثلاثة أشهر لتقييم البرنامج الوطني المقترح لتطوير البحث العلمي في الجزائر، بعد انتهاء المدة عقد اجتماع في الجزائر العاصمة تحت رعاية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ضم اللجنة التي صاغت البرنامج والأخرى التي قامت بتقييمه، كان الهدف من هذا اللقاء هو أن تقوم لجنة التقييم بتقديم ملاحظاتها وتساؤلاتها حول البرنامج المقترح وإعطاء الفرصة للجنة الصياغة للإجابة عن أي تساؤلات، وأخذ الاقتراحات المقدمة من قبل لجنة التقييم بعين الاعتبار، بعد شهر من اجتماع الجزائر أصبحت هناك صيغة نهائية للبرنامج الوطني لتطوير البحث العلمي في الجزائر بعدما تمت الموافقة على الصياغة والتقييم بالإضافة

إلى وزارة التعليم العالي، بعدها بشهر تم نشر البرنامج في الإعلام الجزائري وأقيمت محاضرات في كل جامعات الوطن للتعريف بالبرنامج، وهكذا بعد سنة ونصف من العمل الجاد تم الانتهاء من مرحلة التخطيط والتعريف بالبرنامج وبدأت مرحلة الإنجاز، وأهم ما جاء في البرنامج هو زيادة ميزانية البحث العلمي وبناء سبعة مراكز أبحاث وطنية كل منها متخصص في مجال علمي معين وبهذا صار هناك قسمان من البحث العلمي في الجزائر: البحث العلمي في الجامعات والآخر في مراكز البحث الوطنية، ولإعطاء هذه المراكز بعدا وطنيا فقد تقرر توزيعها على سبع ولايات من القطر الوطني بحيث تغطي الشرق والشمال والغرب والوسط والجنوب الجزائري، وجعل تخصص كل مركز أبحاث يراعي طبيعة المنطقة الموجود فيها وطبيعة الأبحاث العلمية التي تزاولها الجامعات الموجودة بالمنطقة.

وتجدر الإشارة إلى أنه قبل البدء في بناء هذه المراكز تم تعيين مدراء المراكز، حيث تم مراعاة معيارين للاختيار هما: أن يكون المدير ذا مكانة عالمية في مجال بحثه، وثانيا أن يقدم كل مرشح للمنصب رؤية قصيرة المدى5 سنوات وأخرى بعيدة المدى 16 سنة كمدير للمركز.

مراكز البحث العلمي الوطنية أسست ووزعت كالتالي:

- المركز الوطني لأبحاث الهندسة والإعلام الآلي (بولاية وهران)
- المركز الوطني لأبحاث العلوم الفيزيائية والكيميائية (بولاية الجزائر)
- المركز الوطني لأبحاث العلوم الحية والطبية (بولاية قسنطينة)
- المركز الوطني لأبحاث العلوم البترولية (بولاية ورقلة)
- المركز الوطني لأبحاث العلوم الأدبية والتاريخ (بولاية غرداية)
- المركز الوطني لأبحاث العلوم الزراعية (بولاية تندوف)
- المركز الوطني لأبحاث العلوم الاجتماعية (بولاية تمنراست)

4- هيكلة أنشطة البحث العلمي في الجزائر:

خلال الفترة التي سبقت 1998، أهدرت منظومة البحث العلمي والتطوير التكنولوجي

في الجزائر للضعف وعدم الاستقرار، إذ لم تخصص لها سوى0,28 من الناتج الوطني الخام، والأمر الذي نتج عنه العديد من السلبيات منها:

- قلة الإنتاج العلمي من منشورات ومجلات ودراسات علمية.
- قلة براءات الاختراع المسجلة من طرف الباحثين لدى المعهد الوطني للملكية الصناعية.
- ضعف النماذج المبتكرة في مراكز البحث والتطوير.

وعلى هذا الأساس، اعتمدت الجهات الوصية تشريعا جديدا، يتعلق بالقانون والبرنامج الخاص بالبحث العلمي والتطوير التكنولوجي الممتد من الفترة 1998 إلى 2002 حيث يهدف أساسا إلى:

- تدعيم القواعد العلمية والتكنولوجية للبلاد.
- تحديد وتوفير الوسائل الضرورية للبحث والتطوير.
- العمل على تثمين نتائج البحث.
- دعم وتمويل الدولة لكل الأنشطة المتعلقة بالبحث والتطوير.

ولقد جاءت المادة الثالثة من هذا القانون لتؤكد أن هدف البحث والتطوير يكمن في تحقيق التنمية الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، العلمية، والتكنولوجية للبلاد، وذلك عن طريق وضع خمسة وعشرين (25) برنامجا للبحث والتطوير حيز التطبيق مصنفة كما يلي:

برامج وطنية للبحث ما بين القطاعات: وتخص الزراعة، التغذية، الموارد المائية، البيئة، التنقيب واستغلال وتثمين الموارد الأولية، وتقويم الصناعات، العلوم الأساسية، البناء والتعمير، التهيئة العمرانية، الصحة والنقل، التربية والتكوين، اللغة، الثقافة والاتصال، الاقتصاد، التاريخ والقانون والعدالة، المجتمع والسكان.

برامج وطنية للبحث المتخصص: وتتعلق بالميادين التالية: الطاقة، التقنيات النووية، الطاقة المتجددة وتكنولوجيا الإعلام، التكنولوجيات الصناعية والفضائية وتطبيقاتها، الاتصالات اللاسلكية، المحروقات، التكنولوجيات الحيوية.

5- إعداد برامج لترقية وتطوير البحث العلمي في الجزائر:

لوضع قاعدة متينة لبرنامج ترقية البحث العلمي في الجزائر تم برمجة العديد من العمليات نوجزها في:

الجانب التنظيمي من خلال:

- ✓ إعادة تنشيط المجلس الوطني للبحث العلمي والتقني بصفته الهيئة المكلفة بتحديد التوجهات الكبرى للبحث العلمي(تم إنشاؤه في سنة 1992).
- ✓ إنشاء مخابر البحث العلمي انطلاقا من مؤسسات التعليم العالي.
- ✓ تشجيع الوكالة الوطنية لتثمين نتائج البحث والدخول في المرحلة العملية والانطلاق الفعلي في أداء مهامها.

الجانب المالي من خلال:

- ✓ تجهيز مراكز ومخابر البحث بالمعدات العلمية والتقنية المتخصصة.
- ✓ وضع آليات لتشجيع العاملين في قطاع البحث العلمي.
- ✓ اتخاذ إجراءات تحفيزية ذات طابع جبائي لصالح المؤسسات الاقتصادية التي تستثمر في أنشطة البحث.
- ✓ إصدار تشريعات حول الملكية الصناعية ضمن البحث العمومي.

الجانب البشري من خلال:

- ✓ المساعدة المالية والمعنوية للباحثين والأساتذة من أجل نشر نتائج بحوثهم.
- ✓ تحسين الظروف المهنية والاجتماعية للباحثين.
- ✓ العمل على إصدار القانون الأساسي الخاص بالباحث.

6- رهانات البحث العلمي في الجزائر:

يواجه التعليم العالي في الجزائر مجموعة من الرهانات يمكن إجمالها فيما يلي:

أ- الطلب المتزايد على التعليم العالي وتزايد أعداد الطلبة حيث وصل إلى أكثر من

1500000 طالب في سنة 2010، كما أن الهياكل المنجزة غير مواكبة للزيادات العددية للطلبة بحيث في كل سنة جامعية يتأخر موعد الدخول الفعلي بسبب الخدمات الجامعية المتأخرة وذلك بالرغم من المجهودات المبذولة في سبيل احتضان الأعداد الهائلة للطلبة.

ب- قلة التأطير حيث يقدر عدد الأساتذة المؤطرين للطلبة ب: 25229 أستاذاً دائماً أغلبهم برتبة أستاذ مساعد كما أن نسبة كبيرة من أساتذة التعليم العالي (بروفسور) على أبواب التقاعد.

ج- نمطية التكوين المبنية على التلقين بحيث لا تفتح المجال للإبداع والابتكار الفردي وإن وجد هذا فإنه يبقى محاولات فردية وليست سياسة تعليمية.

د- التكوين الكمي على حساب التكوين النوعي وذلك للتكلفة التي أصبح يتطلبها التعليم، الأمر الذي أثقل كاهل الدولة إضافة إلى تغير منظومة القيم المجتمعية بحيث لم يبقَ للتعليم نفس المكانة المرموقة التي كان يحظى بها في السابق.

هـ - هجرة الكفاءات وعدم بقائها في الداخل للمساهمة في التأطير وتكوين وتنمية البلاد.

و- البحوث المنجزة هي بحوث من أجل نيل الشهادات وليست بحوثاً تنجز بهدف التطبيق العملي لها، مما أدى إلى الحد من فعالية البحث العلمي وعدم مساهمته في تفعيل العملية التنموية.

ز- تنامي معدلات البطالة بين خريجي الجامعات.

الخاتمة:

مما لا شك فيه أن البحث العلمي يحتل أهمية كبيرة لأي أمة من الأمم خاصة إذا تعلق الأمر بتكوين الإطارات لتوظيف المعرفة الضرورية التي يحتاجها المجتمع وإحداث التقدم العلمي والاقتصادي والاجتماعي لتشكيل خطط التنمية الشاملة كونها الأداة الأساسية لها، وضمن هذا المسعى يتحدد طموح الجامعة الجزائرية والتي رغم أنها سجلت إنجازات لا يستهان بها من خلال مراحل تاريخية أن حققت مواقف إصلاحية حينا وتنظيمية حينا آخر، إلا أنها عرفت خلال توسعها وانتشارها نقائص عديدة ومشاكل متنوعة، إضافة إلى أن الجامعة الجزائرية الحديثة في ظل العولمة تجد نفسها في تحدٍ

واضح لإثبات دورها العلمي والبيداغوجي لتتجاوز مهامها التقليدية، باعتبارها ملزمة بالانفتاح أكثر على قضايا المجتمع وقضايا العالم للتمكن أكثر من معرفة منجزاته وتمكين المجتمع من الاستفادة من ابتكارات العالم في مختلف المجالات العلمية، لذلك وجب أن لا تكون الجامعة كمستهلك للمعرفة بل كمنتج لها، مع الأخذ بعين الاعتبار إصلاح البرامج التعليمية وتنظيم المشاريع البحثية لتصبح أكثر استجابة لحاجات الصناعة والتنمية الشاملة.

المراجع:

الكتب:

1-بوفلجة غياث، التربية والتكوين بالجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، دون طبعة سنة 1992.

2-رابح تركي، أصول التربية والتعليم، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر سنة 1990.

الرسائل الجامعية:

- مدني محمد توفيق، اختيار الفرع في جامعة الجزائر وتمثلان الطلبة تجاه دراستهم، رسالة ماجستير، معهد علم الاجتماع، جامعة الجزائر، سنة 1988.

الملتقيات والندوات العلمية:

1- بن نكاع عبد الحكيم، هيكلة البحث العلمي وواقع مراكز البحوث العلمية في الجزائر، ورقة مقدمة خلال ورشة العمل القومية حول دور البحث والتطوير في التنمية الصناعية، دمشق7-5 نوفمبر 2001.

2- محمد قويدري، واقع وآفاق أنشطة البحث والتطوير في بعض البلدان المغاربية، ورقة مقدمة لأشغال الملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الاندماج في اقتصاد المعرفة، جامعة ورقلة، 2004.

3- منال رشاد عبد الفتاح، أهم المعوقات التي تواجه البحث العلمي بجامعه قناة السويس: دراسة حالة، المؤتمر السنوي الرابع عشر، كلية التربية جامعه المنصورة.

المجلات:

- إبراهيم توهامي، أي جامعة تحتاج الجزائر في ظل عولمة القرن الحادي والعشرين، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد الرابع، جامعة قسنطينة، أفريل، سنة 2003.

مواقع الكترونية:

1- تصريح للوزيرة المنتدبة المكلفة بالبحث العلمي للقناة الثالثة الإذاعية، منتدى الجلفة انفو متاح على الموقع: www.djelfa.info/vb/showthread.php?t=674272

2- روي غولدشتميت، مركز البحوث والمعلومات، الكنيست، إسرائيل 6/2/2011 متاح على الموقع:
pd.me02763/pdf/data/mmm/il.gov.knesset.www//:http
3- محمد مسعد ياقوت، أزمة البحث العلمي، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2007 متاح على الموقع: yakut.blogspot.com/2007/07/blog-post_4121.html
4- مركز أسبار للدراسات والبحوث والإعلام - البحث العلمي في مؤسسات التعليم العالي العربي- الواقع والمشكلات، ومتطلبات النجاح، ومقترحات التطوير متاح على الموقع:
19−c?aspx.contents/ar/com.asbar.www
5-نعيمين محمد، التعليم العالي في الجزائر :التحديات، الرهانات وأساليب التطوير ،متاح على الموقع:.www hoggar.org/index.php?option−com_content&view−category&id−130
6- لقاء مع الوزيرة المنتدبة الملكفة بالبحث العلمي، جريدة الشروق، متاح على الموقع: //:http new_topic−6&www.echoroukonline.com/modules.php?name−News
7- يوسف محلو، البحث العلمي في الجزائر: رؤية في رؤيا، متاح على الموقع:
www.assala-dz.net/ar/wp-content/uploads/2013/06/universite

تطور دراسات وبحوث الإعلام والاتصال

في أقسام الإعلام بالجامعات الجزائرية

د. يامين بودهان
قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة سطيف/ الجزائر

تمهيد

شهدت الجامعات الجزائرية منذ ما يزيد عشرية كاملة تزايد أقسام تدريس الإعلام والاتصال بشكل كبير، فبعد أن كان الإعلام يدرس بمعهد الصحافة وعلوم الاتصال بجامعة الجزائر فقط أصبح الآن يدرس في أكثر من خمسة عشر قسما على مستوى الوطن، الأمر الذي ساهم في إعداد آلاف المتحصلين على شهادة ليسانس في تخصصات الاتصال، كما ساهمت في تكوين مئات الأساتذة والباحثين من حملة الماجستير والدكتوراه، الأمر الذي أثرى المكتبات الجامعية في الجزائر بمئات الدراسات في شتى ظواهر الاتصال، لكن ما يؤسف له أن النسبة الغالبة من هذه الدراسات بقيت حبيسة أدراج المكتبات ولم تنشر في الكتب والمجلات حتى يستفيد منها دارسو الإعلام داخل وخارج الوطن.

المداخلة الحالية ستعرض واقع دراسات الإعلام في الجزائر وما هي المقاربات البحثية المميزة للباحثين والأساتذة الجزائريين بخصوص دراستهم لظواهر الإعلام، ليس فقط على مستوى بحوث التخرج كالماجستير والدكتوراه، ولكن ستسعى المداخلة لإبراز واقع البحث الإعلامي في الجزائر من خلال النشر في المجلات المتخصصة والمحكمة أو الأوراق البحثية التي يسهم بها الباحثون الجزائريون في مختلف المؤتمرات

والتظاهرات العلمية داخل وخارج الوطن، وسنعرض أيضا الاتجاهات والتخصصات الأكثر دراسة في مختلف أقسام الإعلام في الجزائر.

تتحدد مشكلة الدراسة في تقصي واقع تطوير بحوث الإعلام والاتصال المنجزة في أقسام الإعلام في الجامعات الجزائرية، سواء كانت هذه البحوث على شكل رسائل وأطروحات دكتوراه وماجستير قدمت لنيل الدرجات العلمية، أو كانت على هيئة بحوث محكمة تنشر في المجلات الأكاديمية المتخصصة، أو تلك التي تنشر الكترونيا عبر مواقع الجامعات ومراكز البحث، أو عبر بوابات علمية متخصصة على شاكلة البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال.

وتجيب الدراسة عن التساؤلات التالية :

- ما التوجه العام للدراسات الإعلامية المتخصصة التي تنجز في أقسام الإعلام الجزائرية؟ وما أهم المضامين التي تقدمها؟
- هل تتبنى بعض الأقسام الإعلامية مقاربات بحثية متميزة ومختلفة عن تلك التي تتبناها أقسام أخرى؟
- ما تأثير الانتماءات المعرفية الأصلية للباحثين الجزائريين على إعداد وإنجاز بحوثهم العلمية في أقسام الإعلام؟
- ما هي أهم اهتمامات المجلات الجزائرية للاتصال التي تصدر دوريا على مستوى أقسام الإعلام ؟ وما دورها في تطوير البحث الإعلامي في الجزائر؟

1. اتجاهات الدراسات الإعلامية في الجزائر:

رغم حداثة علوم الإعلام والاتصال في الجزائر كتخصص علمي في الجامعات الجزائرية، إذ بدأ تدريس هذا العلم فقط مع تأسيس المدرسة الوطنية العليا للصحافة في عام 1994 بعد استقلال البلد إلا أن الدراسات الإعلامية في الجزائر منذ ذلك الحين حفلت بكثير من التناقضات والانكسارات وبقليل من الانجازات والتطور، فلم تكن نشأة هذه الدراسات وتطورها نتيجة طبيعية لتطور وسائل الإعلام نفسها، أو انعكاسا فعليا لتطور المجتمع الجزائري حديث العهد بالاستقلال، الذي كان يشهد مرحلة انتقالية

تستوجب عليه بناء نظام إعلامي وطني مستقل، بمؤسسات صحفية جزائرية وبكوادر إعلامية وطنية بإمكانها إدارة وسائل الإعلام السمعية البصرية والمكتوبة الموروثة عن الاستعمار الفرنسي.

فالدولة الجزائرية بعد رحيل الصحفيين والإطارات الفرنسية صادفت عراقيل جمة في تسيير وإدارة المنشآت الإعلامية، هذا ما حتم على المسؤولين في الدولة المسارعة لإعطاء الأولوية القصوى لتدارك هذا النقص وتكوين الإعلاميين، وتعويض الصحفيين الفرنسيين المرحلين بصحفيين جزائريين، كما كانت الأولوية الأخرى التي أخذ هؤلاء المسؤولين على عاتقهم مهمة السعي لتحقيقها هي توعية وتحسيس المواطنين بضرورة تكثيف الجهود والسعي لبناء الدولة الفتية التي استرجعت استقلالها من فترة قصيرة، وقد ترتب عن توظيف عشرات الصحفيين غير المؤهلين في المؤسسات الإعلامية المؤممة ـ الذين استعانت بهم الدولة على الرغم من مستوياتهم التكوينية المتواضعة، لأن الدولة لم تكن تملك خيارات لتوظيف ذوي الكفاءات الصحفية – عدم احترافية كثير من الصحفيين وتدني مستوى معالجاتهم الإعلامية للأحداث الجارية، وسقوطهم في أفخاخ التوظيف الإيديولوجي للنظام الحاكم آنذاك واستخدامهم كأبواق للسلطة، مع عدم قدرتهم على المعارضة والنقد الحر خوفا من قطع أرزاقهم تارة وتجنبا لبطش النظام الحاكم تارة أخرى.

ربما رهان تأميم وسائل الإعلام وتوظيفها إيديولوجيا كوسائل إعلامية، تثقيفية وترفيهية ذات وظائف اجتماعية هدفها نشر وترسيخ خطاب السلطة الحاكمة، هو ما جعل الإعلام الجزائري ينشأ بعد الاستقلال نشأة قيصرية ولا ينمو نموا طبيعيا، لأن أجهزة الإعلام كلها نمت في كنف النظام السياسي الحاكم، والسلطة السياسية كانت الوحيدة التي تحدد السياسات الإعلامية، محكمة قبضتها الحديدية على كل وسائل الإعلام دون استثناء، فكان من الطبيعي أن تكون هذه القبضة عقبة حقيقية أمام تطور ونمو كل أشكال التعبير الإعلامي بما فيها بحوث ودراسات الإعلام، فلم تكن هناك أية ضرورة لإجراء دراسات حول دور وسائل الإعلام ووظائفها وعوامل النجاعة والفعالية في السياسات الإعلامية والتخطيط الإعلامي خارج الأدوار والأهداف التي تضبطها السلطات العمومية آنذاك، وذلك على الرغم من وجود مؤسسات أكاديمية

جامعية مهمتها النظرية، تأطير المهنيين الإعلاميين وتطوير البحث العلمي في مجال الإعلام والاتصال، مع تأسيس المدرسة الوطنية العليا للصحافة ثم بعد ذلك تحولها لمعهد علوم الإعلام والاتصال، وعلى الرغم أيضا من البعثات الطلابية لجامعات أوروبية وأمريكية وعربية.

لقد كانت أحداث أكتوبر 1988 فرصة للنشاط الإعلامي لتحقيق مكسب حرية التعبير ولعب أدوار جديدة في عملية تطوير الممارسة الصحفية، بعد أن كانت مؤسسات الإعلام في السابق متهمة بارتباطها التام بمصالح السلطة السياسية على حساب مصلحة المواطنين، وعلى حساب كشف الحقائق وفتح قنوات التواصل وتبادل الحوار، لكن مع إقرار التعددية السياسية متبوعة بالتعددية الإعلامية مع المصادقة على القانون الجديد للإعلام رقم 90 /07 المؤرخ في 03 أفريل 1990، وإقدام الحكومة على خطوة جريئة تمثلت في دعوة الصحفيين إلى التكتل في هيئات تحريرية لخلق عناوين مستقلة تطورت بذلك أداءات الممارسات الصحفية.

وقد انعكس هذا التغيير أيضا على طبيعة الدراسات الإعلامية التي كانت قد انطلقت في السبعينيات في جامعات أجنبية من قبل جزائريين وأجانب، تحديدًا فرنسيين، وفي بداية الثمانينيات انطلقت الدراسات الإعلامية الأكاديمية في جامعة الجزائر، وبالذات على مستوى قسم علوم الإعلام والاتصال، وريث معهد الإعلام والاتصال وقبله المدرسة الوطنية العليا للصحافة.

غير أن تلك الدراسات التي أجريت تحديدا في فرنسا سواء من قبل جزائريين أوفرنسيين وجهت لها اتهامات عديدة من قبل التيار (المعرب والمحافظ)المحسوب فكريا على مدرسة المشرق العربي) بأنها تستورد نماذج ومناهج البحوث الغربية التي تتسم بعدم تلاؤمها مع السياق الثقافي والحضاري للجزائر، فضلا عن اختلاف المشكلات الإعلامية التي تواجه المجتمعات المتقدمة كالمجتمع الفرنسي عن تلك التي يواجهها المجتمع الجزائري.

غير أنه تجدر الإشارة إلى أن هذه الأزمة المنهجية والمرجعية التي تلازم اتجاهات البحوث الإعلامية في الجزائر لا يعاني منها الباحثون الجزائريون فقط، بل يعيش

هذه الوضعية باحثون عرب آخرون، سواء في المغرب أو المشرق العربيين، فباحثو المغرب العربي تتجاذبهم ثقافتان مختلفتان (فرانكفونية وعربية) تتصارعان أحيانا وتتصالحان حينا، الأمر نفسه بالنسبة لباحثي المشرق العربي، الذين يتأرجحون بين الثقافة الانجلوسكسونية والثقافة العربية، فتجد دراساتهم وبحوثهم الإعلامية انعكاسا لثقافاتهم ولغاتهم، فتصطبغ بحوثهم إيديولوجيا بصبغة انتماءاتهم وولاءاتهم الثقافية واللغوية.

فالخلفية الإيديولوجية لباحثي وأساتذة الإعلام على حد تعبير الدكتورة عواطف عبد الرحمن تلعب دورا هاما ليس فقط فيما يتعلق بوظيفة التدريس ولكن أيضا فيما يتعلق بمفهوم هؤلاء الأساتذة عن موقع البحث العلمي في حق الإعلام، فتجد انتاجاتهم الإعلامية تحمل خلفية وأثر إيديولوجي ربما أكثر مما تحمل من رؤى نقدية للواقع، وفي الغالب تكون تلك الانتماءات الإيديولوجية تدعم الأوضاع الاجتماعية والسياسية السائدة، وربما يعزى عزوف كثير من الباحثين عن إجراء الدراسات النقدية في مجال الإعلام لضمان المستقبل الوظيفي، فالدرجات والترقيات تمنح غالبا لمن يثبت الولاء، والمناصب الرئاسية أيضا في الجامعات ومراكز البحث تمنح في الغالب لصالح الفئات المعتدلة علميا، أي الموالية لاتجاهات ومصالح السلطة السياسية والاقتصادية، مما يجعل البعد عن البحوث النقدية قرارا حكيما في نظر العديد من الباحثين الإعلاميين في الدول العربية.

رغم تزايد عدد أقسام تدريس علوم الإعلام والاتصال في الجزائر، وفتح تخصصات في ما بعد التدرج (الماجستير والدكتوراه) على المستوى الوطني لتكوين باحثين وأساتذة في علوم الاتصال إلا أن هناك ضآلة ومحدودية في المردود العلمي نظريا وتطبيقيا، والإنتاج المعرفي الجزائري في مجال البحوث والدراسات الإعلامية والاتصالية يكاد يكون ضعيفا فيما عدا رسائل الماجستير والدكتوراه التي تقدم للحصول على الدرجات العلمية، رغم الوعي المتزايد بأهمية وسائل الإعلام والاتصال في تطوير وتحديث المجتمعات، ورغم أيضا الإيمان بدور الدراسات والبحوث الإعلامية في تحليل واستيعاب ووصف أهم التحديات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تواجه المجتمع.

فمن المؤكد أن معظم الدارسين والباحثين في مجال الإعلام يؤمنون بأن المجتمع الجزائري أمام رهانات جديدة في ظل العولمة الكاسحة لا يمكن كسبها إلا بمراجعة استراتيجيات الأنظمة الحاكمة وفلسفتها اتجاه الإعلام، انطلاقًا من النظر إيجابيًا إلى وسائل الإعلام باعتبارها تخدم المجتمع ككل وليس السلطة لوحدها، ويتحقق هذا الشرط عبر تغيير النظر للمواطن العربي واعتباره مشاركا ومساهما، وإعطاء الأهمية للمشاركة الإعلامية ورجع الصدى، وإشراك هذا الجمهور في الحوار وإبداء الرأي والنقد.

ويتحقق هذا الشرط أيضا من خلال إيلاء الأهمية للدراسات والبحوث المرتبطة بالظواهر الإعلامية، فتشجيع إجراء دراسات عميقة ودقيقة حول ظواهر الإعلام والمجتمع، بدعم الباحثين وتمويل دراساتهم وتمكينهم من نشرها في المجلات المحكمة والكتب، والاهتمام بإرساء بنية بحثية مستقلة تحظى بالاعتراف والاستقلالية العلمية يساهم بالتأكيد في تطوير المجتمع وجعله يساير الرهانات الجديدة المفروضة عليه، سيما مع تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتعقد الحياة الاجتماعية.

بروز أشكال جديدة للتكنولوجيات الاتصالية كالوسائط المتعددة ووسائل الاتصال التفاعلية أجبرت بحوث الاتصال على تغيير إيقاعها بل تغيير مسارها، فالاتجاه إلى اللامركزية والى عولمة الاتصال وبروز الحقوق الاتصالية لمختلف الشرائح الاجتماعية، وظهور أنماط اتصالية جديدة كالتزامنية، الافتراضية، التفاعلية.الخ، أسفر كل ذلك عن ظهور اتجاهات متبادلة التأثير والتأثر بين الإعلام وسائر الظواهر المجتمعية والتفاعل بين علم الاتصال ومنظومتي العلوم الاجتماعية والإنسانية، وإذا كانت الدراسات الكمية قد انتشرت منذ زمن طويل وما تزال حتى اليوم تسيطر على أغلب بحوث الإعلام والاتصال فإن السنوات الأخيرة قد شهدت بروز الدراسات الكيفية التي اكتسبت زخما علميا ملحوظا في دراسة الظواهر الإعلامية ذات الطابع التفاعلي، وأصبح في الإمكان إجراؤها في أطر تحليلية أكثر عمقا وموضوعية.

لقد شهدت العشريتان السابقتان قفزة نوعية وكمية معتبرة في الدراسات الإعلامية وفي تغيير إستراتيجية الأبحاث نحو التوجه العام من دراسات ترتكز على معالجة تأثيرات وسائل الإعلام، إلى سلوك اتجاه آخر هو دراسات المتلقين، والمتمثل في

التركيز على الجمهور كطرف جوهري أصيل في مسببات وأهداف العملية الاتصالية والإعلامية، فالجمهور هو من يحدد مدى فعالية أو عدم فعالية العملية الاتصالية.

ربما يكون لتغير بنية النظام السياسي والاجتماعي في الجزائر بعد التحول نحو النظام الديمقراطي وخصخصة الاقتصاد، وكذا فتح الفضاء الإعلامي أثره العميق في تغيير اهتمامات الباحثين الجزائريين في ظواهر الإعلام والاتصال، فبعد أن كانت مجمل البحوث والدراسات أثناء عهد النظام الاشتراكي تنصب في معالجة الإعلام من منظور فوكوي، وسادت آنذاك في الجامعات الجزائرية موجات فكر اشتراكي وتبنى الباحثون الرؤى النقدية التي ترى أن سيطرة الإعلام الغربي تعد نوعا من الاستعمار الثقافي الذي يفرض القيم الغربية على مجتمعات الجنوب، وقد حفلت أقسام الإعلام بالجزائر قبل 1989 بكثير من رسائل التخرج والبحوث التي أثارت إشكاليات أساسية حول كون الإعلام يلعب دورا مزدوجا، فهو يمكن أن يكون أداة للضبط الاجتماعي وأداة للتحرر، وأن الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام في الدول الاشتراكية هي أن يساهم في العملية التنموية، وأن يكون أداة إيديولوجية لإقناع الجماهير بضرورة تبني القناعات الاشتراكية ودفعهم لتكثيف جهودهم لبناء الدولة الفتية التي استرجعت استقلالها منذ فترة قصيرة.

لذا انصبت مجمل اهتمامات الباحثين الجزائريين على مواضيع بعينها : كالإعلام والتنمية ، الإعلام والثورة، الإعلام الاجتماعي. الخ - كما يوضح ذلك الجدول المدرج أسفله – وقد تميزت تلك المرحلة أساسا بإيلاء الأهمية للوظيفة التنموية والاجتماعية والتحديثية لوسائل الإعلام ، وتمركز دراسات الاتصال حول نماذج التأثير الخطي كمداخل نظرية لدراسة العملية الاتصالية.

ويبدو أيضا أن أغلب الدراسات التي أنجزت خلال تلك الفترة واكبت التوجهات العامة في الدراسات الإعلامية في بداياتها الأولى في المجتمعات الغربية في الثلاثينيات والأربعينيات من القرن الماضي، حيث اتجهت نحو فعالية وسائل الإعلام في إحداث الأثر المرغوب فيه من قبل القائم بالاتصال في جماهير المتلقين التي تظهر ككتل سلبية من البشر، لا ردود فعل لها، تقوم بالسلوك الذي يرغب فيه القادة الأقوياء الذين يمتلكون

السلطة المادية والمالية والأيديولوجية على وسائل الإعلام.

عنوان البحث	الدرجة	سنة المناقشة
دور الاتصال في التنمية الاقتصادية بالريف الجزائري	ماجستير	1978
الجهوية الوطنية - المركزية – في جريدة النصر	ماجستير	1983
«دراسة تحليلية الثورة 1980/ والعمل" 1971	ماجستير	1986
صحافة الأطفال في الجزائر - دراسة في 1982/ تحليل المضمون 62	ماجستير	1986
مبادئ الإعلام والدعاية لدى جبهة التحرير الوطني وتطبيقاتها في صحيفة المجاهد 1956/ 54	ماجستير	1986
مظاهر من تنظيم جبهة التحرير الوطني في بداية الثورة1956/ 54	ماجستير	1986
المضمون الاجتماعي في المسرح الوطني الجزائري	ماجستير	1990
المضمون الاجتماعي في خطب الرئيس هواري بومدين	دكتوراه دولة	1992
التطور الفني لمجلة المجاهد الأسبوعية	ماجستير	1982

المصدر: سجل الأطروحات لدى مصلحة دراسات ما بعد التدرج لقسم علوم الإعلام والاتصال.

شكل انتقال الجزائر للنظام الديموقراطي بعد دستور1989 - مع إقرار التعددية السياسية والإعلامية - مرحلة مهمة نحو حركة المراجعة الشاملة لاتجاهات بحوث الإعلام، فقد غدت البحوث ذات التوجه التنموي الاشتراكي كلاسيكية لا تتماشى مع التغييرات الجديدة، سواء على المستوى الداخلي الذي شهد حرية غير مسبوقة في مجال الإبداع الفكري والإعلامي لم تكن متاحة مسبقا، أو على المستوى الدولي، مع بروز نظام دولي جديد ميزته عولمة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات التي طوّرت فضاءات الاتصال وخلقت أنماط اتصال جيدة وقلبت كثيراً من مفاهيم الاتصال رأسا على عقب، لذا وجد الباحثون الجزائريون أنفسهم أمام رهانات جديدة كان يجب أن يكيفوا اتجاهاتهم البحثية وفقها، وتتناسب مقاربات بحثية جديدة توائم الظروف الجديدة التي تعيشها الجزائر داخليا وخارجيا.

لقد أنتج قسم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر وبعده أقساماً أخرى بمختلف جامعات الوطن على غرار عنابة، قسنطينة، مئات رسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراة ناهيك عن مئات من مذكرات الليسانس، منذ بداية عهد التعددية السياسية والإعلامية إلى غاية الساعة، فخلال عقدين من الزمن نوقشت أكثر من 500 رسالة في مرحلة ما بعد التدرج، وقد أشارت الإحصائيات التي أشار إليها الدكتور قسايسية في دراسته إلى أن منذ إنشاء المدرسة العليا للصحافة في عام 1994 إلى غاية 2006 – تاريخ إجراء الدراسة- نوقشت أكثر من 144 رسالة جامعية – في مرحلة ما بعد التدرج، منها 122 رسالة ماجستير و22 أطروحة دكتوراه دولة، تناولت مختلف المواضيع المتعلقة بمختلف جوانب العملية الاتصالية والإعلامية. ويعادل هذا الكم أكثر من 342 في المائة من الدراسات الإعلامية ذات الطابع الجزائري التي أنجزت خلال العقود الثلاثة السابقة في الجامعة الجزائرية وجامعات عربية وأوروبية وأمريكية، وقد أشار الدكتور قسايسية إلى أن الإحصائيات المتوفرة التي أمكن الحصول عليها تفيد بأن الأكاديميين الإعلاميين الجزائريين، أنجزوا 17 رسالة باللغة العربية و25 أطروحة باللغتين الفرنسية والانجليزية في الفترة السابقة لسنة 1995، أي 42 دراسة إعلامية أكاديمية.

يتضح من خلال جرد نسبة كبيرة لعناوين البحوث المنجزة في أقسام الإعلام أن محاور اهتماماتها انصبت في دراسة العملية الاتصالية ضمن دراسة المستويات المختلفة للاتصال في إطار تفاعلي يشمل التساؤلات الأربعة التالية :

- من يتواصل مع من ؟ وتشمل المصدر والمتلقي.
- لماذا يتم الاتصال ؟ ويتضمن الوظيفة والهدف من الاتصال.
- كيف يتم الاتصال ؟ وتشمل القناة واللغة والرمز.
- ما هي النتائج المترتبة على الاتصال؟

كما لم تتجاهل أغلبية تلك الدراسات الأبعاد الوظيفية والاجتماعية في إطار السياقات الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية التي تميز المجتمع الجزائري، وقد تمكنت هذه الدراسات بالفعل من تجاوز الرؤى ذات التوجهات المطلقة والطابع التعميمي المميزة لبحوث مرحلة النظام الأحادي، التي كانت تعتبر الإعلام أداة للسيطرة الطبقية ووسيلة إيديولوجية لتعبئة الجماهير .

وتوجهت على عكس دراسات العهد الأحادي للتحليل النقدي الامبريقي والكيفي للظواهر الاتصالية، منطلقة من ملاحظة الواقع المعاش ومحاولة تفسير مختلف المتغيرات السياسية والاقتصادية والثقافية المؤثرة في هذا الواقع، واستعارت المعارف النظرية والآليات المنهجية للسيوسيولوجيا والسيكولوجيا الاجتماعية كأدوات مهمة للمساعدة في تحليل الظواهر الاتصالية.

يظهر الجدول أسفله أهم الاتجاهات أو المقاربات التي تميز دراسات الإعلام مصنفة حسب محاور خمسة، وهذه المحاور موزعة على أساس نموذج الاتصال الشهير للاسويل، حيث تنصب أغلب الدراسات ضمن أحد العناصر الاتصالية الخمسة المذكورة.

رقم المحور	موضوع محور الدراسة	النسبة
1	المصادر أو نظام إعداد الرسائل، أي القائم بالاتصال.	5.56
2	وسائل الإعلام، ويعني وسائل الإعلام الجماهيرية من صحافة مكتوبة وإذاعة وتلفزيون وانترنيت ومسرح وسينما.	20.14
3	السياق العام الذي تجري فيه العملية الاتصالية، والسياسات الإعلامية ومختلف الجوانب الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتشريعية التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالاتصال الجماهيري.	25.69
4	دراسات الرسائل الإعلامية والإعلانية، ويقصد به مضامين ومحتويات وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري.	27.78
5	الجمهور أو المتلقي، ويعني المواضيع التي تتناول الجمهور كطرف أصيل.	20.83

المرجع : علي قسايسية، (2007). المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر (1995 - 2006)، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، ص 148.

ما يلاحظ أيضا عن الدراسات المنجزة في أقسام الإعلام أن الدراسات التي تجرى على مستوى قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر تميل أكثر للجانب الإعلامي الصحفي أكثر من اهتمامها بدراسة الاتصال المؤسساتي والاتصال الشخصي التفاعلي، على عكس قسم الإعلام بجامعة عنابة الذي يتهم الباحثون والأساتذة الذين يدرسون بهذا القسم بالبحث في مواضيع الاتصال في المؤسسة والعلاقات العامة ويتجاهلون بدرجة

كبيرة المقاربات الصحفية والإعلامية وما يتعلق بجانب السمعي بصري وإعداد البرامج الصحفية.الخ، فيما يتجه باحثو قسم الإعلام بجامعة قسنطينة إلى الاهتمام أكثر بجانب الإعلام الاجتماعي والتغيير الاجتماعي، وما يتعلق بالقيم والعادات والتقاليد. إلخ

وقد ترجع هذه الوضعية إلى التنوع المعرفي الذي تميزت به الخلفيات العلمية للباحثين والأساتذة، فأغلب أساتذة قسم الإعلام بجامعة قسنطينة ينتمون أصلا لتخصص علم الاجتماع، لذا تميل بحوثهم للجانب الاجتماعي أكثر، بينما أغلب أساتذة جامعة عنابة ينتمون للتسيير والاقتصاد وإدارة الأعمال لذا تتبنى بحوثهم الاتصالية مقاربات مؤسساتية، فيما يميل أساتذة قسم الإعلام بجامعة الجزائر للجانب الصحفي والإعلامي بسبب انتمائهم الأصلي لقسم الإعلام، وقربهم من مؤسسات الإعلام الوطنية كالتلفزيون، الإذاعة، وكالة الأنباء، والصحف، ذلك مكنهم من الاتصال المباشر بهذه المؤسسات وإجراء الدراسات الميدانية على مستوى أقسامها.

2 ـ الدوريات العلمية الإعلامية التي تصدر بأقسام الإعلام:

بعد استعراضنا لمراحل تطوير دراسات الإعلام في الجزائر وتحليلنا للاتجاهات والمقاربات البحثية التي تميزت بها البحوث المنجزة ننتقل فيما يأتي لعرض أهم المجلات العلمية المتخصصة في مجال الإعلام والاتصال التي تصدر على مستوى الأقسام الجامعية.

فقد أفرزت البيئة الإعلامية السائدة في الجزائر منذ ما يزيد عن عقدين كاملين عن عدد ضئيل جدا من الدوريات والمجلات المحكمة، تعد فقط على أصابع اليد الواحدة، رغم ما للدوريات المحكمة من أهمية في تطوير البحث العلمي بما تتيحه من فضاءات لنشر أعمال الباحثين واجتهاداتهم إلا أن الجامعات الجزائرية وليس فقط أقسام الإعلام لم تهتم بما يكفي بهذا النوع من النشر العلمي، ولعل قسم الإعلام بجامعة الجزائر حين كان معهدا وقبل أن يصبح قسما في التقسيم الجديد للكليات كان قد افرز تجربة رائدة هي المجلة الجزائرية للاتصال.

أ ـ المجلة الجزائرية للاتصال:

تأسست المجلة عام 1990، وأصدر منها 20 عددا إلى غاية 2008، وهي مجلة محكمة نصف سنوية مختصة في علوم الإعلام والاتصال، بعد اندماج قسمي العلوم

السياسية والإعلام في كلية واحدة، اختفت مجلة الاتصال لتعوض بالمجلة الجزائرية للعلوم السياسية والإعلام، تعنى المجلة بالبحث في مسائل حقل الاتصال مع الميل إلى الاهتمام بحقل الاتصال الشخصي، ومواضيع أخرى كإشكالية الآثار السلبية لوسائل الإعلام على الأفراد والمجتمعات ودورها في إحداث الجرائم، العنف والانحرافات، كما تستعرض المجلة الإشكاليات المرتبطة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال وإبراز الجوانب السوسيوثقافية في الاتصال الشخصي والاتصال البين شخصي. وكذا المواضيع المرتبطة بدراسات سبر الآراء والرأي العام، إضافة إلى عرض مقالات باللغتين الفرنسية والانجليزية، إلى جانب ملخصات لأطروحات جامعية وأوراق بحثية متنوعة .

غير أن ما يعاب على المجلة الجزائرية للاتصال أنها غير منتظمة الصدور، وتشهد انقطاعات متواصلة، مما أثر سلبا على مقروئيتها ولم تستطع أن تحافظ على علاقة تواصل وثقة مع جماهيرها، سواء من الباحثين أو القراء.

ب ـ الوسيط في الدراسات الإعلامية:

مجلة دورية يعدها نخبة من أساتذة الإعلام والاتصال في الجزائر، تحت إشراف الدكتور الطاهر بن خرف الله، تنشر وتطبع بدار هومة للنشر، تعنى المجلة بالبحث في مسائل الإعلام المختلفة، كحريات الإعلام، تقنيات قياس الجمهور والرأي العام، الاتصال السياسي، تكنولوجيات الإعلام والاتصال...كما خصصت المجلة بابا لترجمة المقالات من اللغتين الفرنسية والانجليزية، وبابا آخر لعرض قراءات في الكتب يقدمها الأساتذة عن باحثي كتب يؤلفها باحثون أجانب أو عرب.

لكن المجلة لم تتمكن من الصمود طويلا واختفت عام 2008، لتأتي مجلة أخرى نعتقد أنها جاءت مكملة لرسالة الوسيط، هي مجلة فكر ومجتمع، على اعتبار أن كلتا المجلتين يشرف على إصدارها نفس الأساتذة.

ج ـ مجلة فكر ومجتمع:

صدر العدد الأول من مجلة فكر ومجتمع عام 2008، وهى مجلة فصلية محكمة تصدر عن مؤسسة طاكسيج. كوم للدراسات والنشر والتوزيع، ويشرف على إعدادها نخبة من أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر. وتهتم المجلة بنشر

مقالات ودراسات متنوعة باللغتين العربية والفرنسية لباحثين من الجزائر ومن خارج الجزائر كفرنسا، حول قضايا إعلامية عديدة كالتكنولوجيات الجديدة للاتصال وعولمة الثقافة، الهوية، تحليل الخطابات التلفزيونية المصورة ، كما تتضمن المجلة أيضا أركانا أخرى : كركن آراء، ركن مناقشات وترجمات لمقالات من الفرنسية إلى العربية، ركن قراءات في كتب.

خاتمـــــة

من خلال الطرح السابق نستنتج أن دراسات وبحوث الإعلام في الجزائر تتطور بخطى متعثرة رغم ما تشهده الجامعات من تكاثر لأقسام الإعلام، وفتح متواصل لأقسام جديدة، ورغم أيضا تخريج عشرات الدفعات من الطلبة حاملي الشهادات العليا من ماجستير ودكتوراه ناهيك عن المئات من حاملي شهادة الليسانس إلا أن البحوث الجادة التي تنجز خارج إطار البحث لنيل الدرجات العلمية يكتنفها الكثير من النقص والعجز، فنكاد لا نجد بحوثا تعد على أصابع اليد الواحدة، رغم الإمكانات التي تتاح للباحثين من خلال برامج الدعم المقدمة من خلال وحدات ومخابر البحث العلمي التي تمولها وزارة التعليم العالي، إلا أن حصيلة البحث ضعيفة جدا ويندر أن نرى كتبا أو بحوثا رصينة تنشرها وحدات البحث بعد استكمالها لحصص التمويل التي تقدمها الوزارة والتي تكون عادة لمدة ثلاثة أعوام كاملة.

كما نجد أن أغلبية الأبحاث التي تقدم أثناء التظاهرات العالمية كالملتقيات والمؤتمرات الوطنية والدولية لا تكون غالبا دقيقة ورصينة، بل كثيرا ما تكون فولكلورية واستعراضية ويعتريها لبس وعموميات في صياغة الإشكاليات ونقائص نظرية ومنهجية وهفوات تحليلية.

إلا أن ذلك لا يمنعنا من الاعتراف بوجود عدد من الأعمال الجادة لبعض الباحثين الجادين، الذين يقدمون دراسات ذات قيمة أكاديمية وتوثيقية في ميدان الإعلام والاتصال الجماهيري في الجزائر، ونعتقد أن هذه البحوث تشكل بالفعل إنطلاقة جديرة بالترحيب والتشجيع في طريق البحث العلمي الإعلامي ومراجع لا يستغنى عنها في أي نشاط بحثي مهما كانت درجته، وقد تسمح بتحسين ترتيب الجزائر ضمن البلدان الأخرى في مجال الاهتمام بالدراسات الإعلامية.

III- أوراق عمل وتقارير

قضية إعداد الباحثين في لبنان والمشرق العربي

د. إبراهيم مارون

المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية/ الجامعة اللبنانية

ما يخوّلني التطرق إلى قضية إعداد الباحثين في لبنان والمشرق العربي، هي: تجربتي منذ العام 1979، في الإشراف على اطروحات دكتوراه لطلاب لبنانيين، في أكثر من جامعة في لبنان وفرنسا، وإشرافي على أطروحات دكتوراه لطلاب سوريين ومصريين وأردنيين، ومشاركتي في مناقشة أطروحات لطلاب يمنيين، وسوريين، وفلسطينيين، وتكليفي بتقييم أبحاث لأساتذة وباحثين عراقيين، وأردنيين، وسوريين.

وما سأقوله عن مشكلة إنتاج أو إعداد الباحثين في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ينسحب على هذا الإعداد في علوم الاتصال، إذ أن هذه الأخيرة هي جزء من العلوم الإنسانية والاجتماعية.

أن إنتاج الباحثين يتم بشكل أساسي، من خلال الإعداد لشهادة الدكتوراه، إذ أنه من حيث المبدأ، من يحوز على شهادة الدكتوراه، يُكرّس كباحث، لأن الهدف الأساسي لهذه الشهادة، هو إعداد باحثين، وليس بالضرورة إعداد أساتذة للتعليم العالي أو الجامعي. فأساتذة الجامعات هم من الذين يبحثون أولاً، وعلى ضوء أبحاثهم يتم اختيارهم أولاً للتعليم الجامعي، أي بخلاف ما يحصل عندنا في هذه الأيام.

من هنا، يُطرح السؤال الآتي: هل الذين نمنحهم شهادة الدكتوراه في جامعاتنا في لبنان والمشرق العربي، هم باحثون جيدون في العلوم الإنسانية والاجتماعية، التي من ضمنها علوم الاتصال؟

للإجابة على هذا السؤال، من الضروري طبعاً تحديد أولاً ماذا نعني بالباحث الجيد.

وعلى ضوء هذا التحديد، سنرى إذا كنا نوفر لبلدانا باحثين جيدين، أو غير ذلك.

1 ـ مؤشرات الباحث الجيد:

للإستدلال على الباحث الجيد، تُستخدم اليوم عدة مؤشرات، منها قياس الأبحاث المنشورة للباحث (Bibliométrie)، التي تعتبر الباحث الجيد، من ينشر وينشر كثيراً. إلا أنه في هذا الصدد، يمكن القول أن الباحث السيىء أيضاً ينشر كثيراً. والدليل على ذلك، كم من "الباحثين" الذين تقتصر أبحاثهم على توليف ما جاء في أبحاث غيرهم، أو ينسخون أبحاثاً أجنبية من خلال ترجمتها إلى العربية، ويجدون اليوم في لبنان والعالم العربي من ينشر لهم وكم من الأشخاص أيضاً، أصحاب "الرشاقة" في الكتابة، الذين "يبيضون" كل ثلاثة أو أربعة أشهر كتاباً، وما أدراك ما هي القيمة العلمية لكتبهم؟!

وبالمقابل، كم هناك من الباحثين الجيدين الذين لا يستطيعون البحث والنشر، لأنهم لا يجدون من يموّل بحثهم؟ وكم أيضاً من الباحثين الذين ينتجون أبحاثاً جد متخصصة، ولا تقبل دور النشر نشر أبحاثهم، لأن زبائن هذا النوع من الأبحاث، قليلون، مما لا يوفّر لهذه الدور الربح المطلوب.

وهكذا، إن كثرة الأبحاث المنشورة، ليست بالضرورة مؤشراً للباحث الجيد.

والحالة هذه، من هو الباحث الجيّد؟ هل هو الذي يعتبره زملاؤه بنفس الإختصاص باحثاً جيداً؟

بالطبع نعم، لأن هؤلاء الزملاء هم الأدرى بقدرات زميل لهم، سيما بعد تقييمهم لأبحاثه. ولكن، ليكون حكمهم على زميلهم موضوعياً، هناك شرطان:

ـ الشرط الأول: أن يكون لديهم اطلاع كافٍ على مجمل الوضع أو الإنتاج البحثي في اختصاصهم، لكي يكون بمقدورهم مقارنة أبحاثه بالأبحاث المتوفرة في نفس المجال.

ـ والشرط الثاني: أن يستطيعوا إلتقاط أو إدراك القيمة العلمية لأبحاثه، أو أبعادها المستقبلية، سيما إذا كانت أبحاثاً مجدّدة (Innovantes)، لأنه كم من الأبحاث التي لم تُعرف قيمتها العلمية، إلا بعد عشرات السنين من نشرها.

ومن المؤشرات الأخرى للدلالة على الباحث الجيد، هي وتيرة الاستشهاد بأبحاثه، أو وتيرة الإقتباس منها. وهذا هو مؤشر ناجع، لأنه عادة لا يُقتبس إلا من الأبحاث القيّمة.

فالإقتباس من بحثٍ، يوفّر له الإستمرارية على الساحة العلمية، أما الأبحاث التي لا يُستشهد بها، فتموت في حينها.

ونذكر أيضاً من بين مؤشرات الباحث الجيدة عدد العقود البحثية الموقعة معه. وهذا أيضاً هو مؤشر معبّر، لأنه لا توقَّع عادة عقود الأبحاث، سيما من قبل القطاع الخاص، إلا مع الباحثين الجيدين.

2 - مواصفات الباحث الجيّد:

إن هذه المواصفات عديدة، وجد متشعبة. نذكر منها:

- امتلاك خلفية نظرية ومعرفية back ground Théorique et cognitif تسمح له بوضع إشكاليات وفرضيات غير اعتيادية: تدل على غنى وعمق تفكيره.
- الحشرية العلمية.
- القدرة على الإبداع. والإبداع يفترض القدرة على ملاحظة ومقاربة الأمور، من زاوية مختلفة عن زوايا الاخرين.
- المخيلة الواسعة التي تسمح للباحث استنباط حلول لمسائل علمية معقدة، وغير بديهية (Paradoxales)، لا تزال بدون حل.
- امتلاك أكيد لمناهج وتقنيات البحث، ومعرفة واسعة بالإبستيمولوجيا والبراديغمات (Paradigmes) الخاصة باختصاص الباحث.
- القدرة على "المفهمة" (Conceptualisation). ويُقصد بهذه الأخيرة هو: إما انتاج مفاهيم جديدة للتعبير عن ظواهر جديدة، وإما القدرة على اكتشاف ما هو مشترك لعدة معطيات متشعبة حصل عليها الباحث، وذلك من أجل جمعها تحت عناوين أو مفاهيم محددة.
- القدرة على التفكير الإستقرائي (Raisonnement inductif) والتفكير الإستنتاجي (Raisonnement déductif)، لأن معظم الأبحاث تتطلّب هذين النوعين من التفكير.
- الدقة العلمية في تحليل الأمور، وحتى في وصفها أو عرضها.
- الجدية والرصانة العلمية. فالباحث الجيد لا يطلق التصاريح الرخيصة (affimations

gratuites)، أي غير المحصنة بإثباتات وحجج.

- الصبر وروح المثابرة. فالباحث الجيد لا يصيبه الإحباط عندما تعترضه عوائق بحثية، بل يثابر بعناد من أجل تجاوزها.
- الشجاعة بالبوح بأفكاره (Voir le courage de ses idées) حتى ولو كانت هذه الأخيرة تناقض مع تيار فكري أو علمي سائد "على الموضة" (à la mode). فالذي يساير أو يسير في تيار فكري أو علمي ليس مقتنعاً به ضمنياً، لأنه فقط التيار السائد وتسلِّم به الأكثرية، فهو ليس بباحث جيد.
- الحياد العلمي، أي عدم ترك انتمائه العقائدي، أو السياسي، أو الديني، أو الاجتماعي، أو الثقافي... ينال من موضوعيته في النظرة إلى الأمور.
- روح النقد. والنقد الصحيح يبدأ بنقد الذات، أي نقد الباحث أولاً لأعماله البحثية التي تجاوزها الزمن، على أثر بروز مناهج وتقنيات بحثية جديدة. فالخطأ لا عيب فيه: إن معظم كبار العلماء الذين عرفهم التاريخ، من Galilée حتى Einstein، أخطأ كل منهم في مكان ما.
- كما أن الباحث الجيد، هو القادر أيضاً على نقد أبحاث الآخرين. فالعلوم ترتكز بقسم كبير منها على النقد، أو إعادة النظر بنظريات قائمة، بحيث ليس هناك من نظريات لا تُمس، حتى ولو كان مُسلَّم بها منذ عهود، ونال أصحابها على أساسها جائزة نوبل.
- النزاهة العلمية. وهي عندما يتقبَّل الباحث نتائج بحثية، ولو تتناقض مع فرضياته أو نظرياته، أو تياره الفكري، أو العلمي وبالطبع، عدم التلاعب بهذه النتائج، أو بتقنيات البحث، لكي تأتي هذه النتائج مطابقة لرغباته، أو لتلك العائدة لمموّلي بحثه.
- التواضع العلمي. وهو وعي الباحث لحدوده المعرفية، والتصرف على هذا الأساس.
- امتلاك المهارات الرقمية (Compétences numériques) أو أدوات وبرامج المعلوماتية، سيما تلك ذات الصلة بطبيعة أبحاثه.
- امتلاك لغة أجنبية أو أكثر، من بين تلك التي يُنشر فيها معظم النتاج العلمي العالمي، ذات الصلة بمجال اختصاصه.
- القدرة على الصياغة العلمية، أي الإلمام بقواعد الصياغة المتعارف عليها عالمياً.
- القدرة على التعبير والتواصل، أي على عرض أعماله البحثية بشكل واضح ومنطقي

ومقنع، وإلا لا تؤخذ بعين الاعتبار، مهما كانت أهميتها العلمية.

3 ـ مدى إلتزام الإعداد للدكتوراه بمواصفات الباحث الجيد:

هل تتوفر هذه المواصفات أو بعضها، بالذين نمنحهم اليوم شهادة الدكتوراه، ونكرسهم بذلك باحثين.

الجواب هو نعم، ولكن بنسب ضئيلة، رغم أن معظم الطلاب الذين نقبل تسجيلهم في شهادة الدكتوراه، تتوفر فيهم عدة شروط، منها المعدلات العالية للعلامات التي حصلوا عليها في شهادة الماستر أو الدبلوم، وما شابه. ولكن معظمهم ينقصهم شرط أساسي، هو خامة الباحث (L'étoffe du chercheur) وهذه الخامة، ليست بنعمة سماوية تهطل على رؤوس بعض الطلاب دون سواهم، بل نتيجة تنشئته على البحث العلمي في مراحل الدراسة ما قبل الدكتوراه. فبتعبير اقتصادي، هي المادة الخام (matière brute)، أو المادة الأولية التي نستند إليها في سنوات الدكتوراه، لإنتاج باحثين.

وهنا يُطرح بالطبع السؤال الآتي: كيف نحن المشرفون على أطروحات الدكتوراه، نستطيع أن نميّز بين هذا الطالب الذي يملك هذه الخامة، وذاك الذي لا تتوفر فيه؟

والجواب على هذا السؤال سهل: فالطالب الذي يستنجد بالأستاذ المشرف أو بآخرين، ليقترحوا عليه موضوعاً لأطروحته، هو من الذين لا تتوفر فيهم الخلفية النظرية والمعرفية الكافية. والسبب في ذلك، هو أنه لم يقرأ كفاية في سنوات ما قبل الدكتوراه. والسبب في ذلك، هو نوع الأسئلة التي نطرحها في الامتحانات، والتي لا تتطلب قراءات لمعالجتها، بل حفظ فقط للمقررات (Cours)، وهكذا، هذه الطريقة في الإعداد تحرم الطلاب من الخلفية النظرية والمعرفية الكافية التي تؤهلهم لإستنباط مواضيع مناسبة لأطروحاتهم.

وحتى ولو كان الطالب قادراً على ذلك، يتبيّن لنا في أغلب الأحيان، أنه عاجز عن بلورة إشكالية وفرضيات لموضوع بحثه.

والمعضلة الأكبر التي يواجهها معظم طلاب الدكتوراه، هي القدرة على اختيار المنهج (méthode)، وتقنيات البحث الملائمة لطبيعة موضوع أطروحتهم. فحتى لو سبق أن درسوا هذه المناهج وتقنيات البحث، في سنوات ما قبل الدكتوراه، نلاحظ أنهم

لا يدرون أين ومتى تُطبَق، هذا إذا لم تُعطَ لهم بشكل ناقص، سيما التقنيات الإحصائية من بينها.

ويعود هذا، للتهميش المستمر في سنوات ما قبل الدكتوراه، لمواد المنهجية (méthodologie)، وتقنيات البحث، والتقنيات الإحصائية، والإبستيمولوجيا، إن من حيث عدد هذه المواد، أو عدد الساعات المخصصة لها، أو من حيث طريقة إعطائها..

إلاّ أنه على صعيد العمل الميداني أو الحقلي (enquête)، يجب الإعتراف بأن هؤلاء الطلاب يبذلون جهداً أعلى من الذي نطلبه منهم ويحصلون في أغلب الأحيان على معطيات حقلية جد معبِّرة وقيّمة. غير أنهم يجدون أنفسهم أمام كمّ كبير من المعطيات المتشعبة جداً، والتي يصعب عليهم إلتقاط ما هو مشترك بينها، من أجل جمعها تحت عناوين أو مفاهيم محددة. ويعود هذا إلى انعدام القدرة على "المفهمة" (Conceptualisation) لديهم، العائد بدوره إلى الضعف في خلفيتهم النظرية والمعرفية، التي سبق وتحدثنا عنها.

وعلى مستوى الصياغة، أي كتابة الأطروحة، فحدِّث ولا حرج. وأقل ما يُقال في هذا المجال، هو جهل معظم الطلاب، لأبسط قواعد الصياغة العلمية. ويعود هذا النقص إلى تغييب مادة "تقنيات التعبير الكتابي" Techniques de l'expression écrite، أو تهميش هذه المادة، أو إلى طريقة إعطائها.

وهذه المشاكل التي أتيتُ على ذكرها، هي ليست إلاّ عينة من تلك التي يواجهها معظم الطلاب والمشرفين على أطروحات الدكتوراه، في العديد من الجامعات في لبنان والمشرق العربي.

أما الحل في ذلك، فهو إعادة النظر ببرامج التعليم في سنوات ما قبل الدكتوراه، على ضوء تحديد دقيق للباحث الجيد، وبهاجس توفير خامة باحث للطلاب الذين يسلكون طريق البحث العلمي في خياراتهم المهنية. وهذا يقضي بتعزيز مواد المنهجية، وتقنيات البحث، والإحصاء، والإبستيمولوجيا، وتقنيات التعبير الكتابي، وغيرها من المواد التي توفِّر خامة باحث لهؤلاء الطلاب.

إلا أنه إذا اكتفيتُ بهذا الحل، أكون قد حمّلت عن غير حق مسؤولية هذا النقص في إعداد الباحثين، لسنوات ما قبل الدكتوراه، علماً أن هذا الإعداد يتم بشكل أساسي في سنوات الدكتوراه، وسيما من خلال الإشراف على الأطروحات.

وهذا ما يدفعنا إلى طرح السؤال الآتي:

هل نحن المشرفون على أطروحات الدكتوراه، جميعنا مؤهلون للإشراف على هذه الأطروحات؟

والجواب بكل صراحة، هو النفي. والحل يقضي بضرورة إخضاعنا جميعاً لامتحان الأهلية لإدارة الأبحاث الجامعية (Habilitition à diriger des recherehes) HDR وعندئذ تبدأ مرحلة إنتاج باحثين جيدين للبنان والمشرق العربي.

صورة بانورامية عن مناهج كليات الإعلام في العراق

د. هاشم حسن التميمي
د. بشرى جميل الراوي/ جامعة بغداد

تمهيد

لم يتح الوقت لنا في إعداد هذه الورقة على استقصاء ميداني للمقررات الدراسية في كليات الإعلام واقسام الإعلام في الجامعات العراقية منذ التأسيس، لأن تكتنف العملية صعوبات جمة في الجامعات العراقية بسبب عدم وجود قواعد توثيقية تسمح بالإحاطة بالمقررات الدراسية ومدى التحديث الذي لازمها لسنوات سابقة.

لذا ان الهدف من هذه الدراسة تقديم صورة «بانورامية» تفترض الاجابة على الفرق بين المناهج الامس وما يجب ان تكون عليه اليوم في كليات الإعلام، اذ ان التدفق نحو التعليم الجامعي أكبر من طاقة الموارد المتاحة على استقبال الطلاب الجدد من المقبلين على الكليات.

ويؤدي هذا التفاوت منطقياً الى توفير تعليم جامعي بشروط متدنية، وأيضاً أن تدني نوعية التعليم في المراحل ماقبل الجامعية «مخرجات وزارة التربية» يؤثر على نوعية التعليم الجامعي بسبب تدني مستوى أداء الطلبة الملتحقين به عموماً في الكليات العامة والأهلية أو تلك التي تتدنى شروط الالتحاق بها، بصورة خاصة، ثم إن طرق التعليم الشائعة في التعليم ما قبل الجامعي وكيفية إدارة مؤسساته وصناعة مناهجه سوف تنعكس على التعليم العالي، عن طريق الرأسمال الثقافي المتدني المحمول الى الجامعة والذي يعيق استخدام الطرق التفاعلية في التعليم والتعليم الذاتي وجعل الطالب محور التعلم، وهي أمور ذات علاقة وثيقة بالإنتاج العلمي والإبداعي لطلبة التعليم العالي.

وتعدّ الأسباب الكامنة وراء هذا القصور الميزانية المخصصة لتطوير التعليم الجامعي وعدد الطلاب المتزايد، وأيضاً هناك عامل ثالث يتمثل في الاضطرابات الداخلية والحروب التي حصلت في العراق، ولم يكتفِ الواقع العراقي المأساوي الذي يعيشه الأستاذ والطالب في التدهور الأمني المتصاعد بعمليات الاغتيال والاعتقال، ولكن فرصة التهديد أمامه أكبر، لأنه ثروة البلد.

وعلى الرغم من ان العراق انطلق من نقطة متقدمة زمنياً في إنشاء قسم الإعلام وبعد ذلك كلية الإعلام وكان مصدراً للخبراء التربويين في القرن الماضي، واذا افترضنا استمرار الأوضاع على حالها بدون بذل جهود لاسيما من قبل الكليات، فيؤشر هذا على وجود رؤى لدى الأساتذة والجهات صاحبة القرار في التعليم العالي والبحث العلمي، تقوم على محاولة التخلص من الوضع القائم.

لكن العقليات النمطية تحاول الحفاظ على الحصون الأخيرة المتبقية للحفاظ على المناهج التقليدية، ولذلك يتم الرفض المطلق أحياناً والتحفظ الذي يقترب من الرفض أحياناً أخرى في تغييرها.

1 ـ التطور التاريخي للتأسيس في الدراسات الإعلامية:

تأسس أول قسم للصحافة في العراق في كلية الآداب في جامعة بغداد عام 1964م تلبية لحاجة ملحة في التأهيل النظري للصحفيين المحترفين الذين التحقوا في الدفعة الأولى وهم يمتلكون المهارات التقليدية التي تحتاجها الصحف اليومية في مجالات الإخبار والتقارير والمقالات والتحقيقات الصحفية والإخراج والتصوير الصحفي. واستطاع القسم ان يقدم لطلبته من خلال مجموعة من الأساتذة المصريين والعراقيين دروسا مهمة في نظريات الاتصال وفلسفة الإخبار وآليات إجراء المقابلات والتحقيقات، واستعراض لنشوء وتطور الصحافة العربية والعالمية.

وامتد تاثير هذه البداية الأحادية التي تركز على الدرس النظري لسنوات طويلة وحتى بعد أن تحول النظام الدراسي منذ عام 1974م للنظام الطلابي الخاضع لسياسة القبول العام، وتحول قسم الإعلام عام 2002م إلى كلية متخصصة للدراسات الإعلامية وبثلاثة أقسام هي " الصحافة، الإذاعة والتلفزيون، العلاقات العامة "، فلم تشهد مناهج

الدراسات الإعلامية تطورات نوعية بالرغم من التحاق عدد من التدريسيين الذي تلقوا العلوم الإعلامية الحديثة من خلال بعثات خارج العراق في أهم الجامعات العالمية، ويبدو ان العامل الأساس الذي عرقل تطوير المناهج الدراسية الإعلامية يعود للبعد السياسي وأدلجة الإعلام وإخضاعه لسياسة الحزب الواحد وهيمنة الحكومة على وسائل الإعلام، وهي ليست بحاجة لمهارات على الطريقة الغربية، مما عمق الشعور أكاديميا بعدم وجود ضرورة لتبني مهارات جديدة وتفاعلية لا يحتاجها ميدان العمل، بل تُعدّ من المحرمات لأنها تحتاج لسقف واسع من حرية التعبير تتقاطع مع السياسة الإعلامية المطلوبة في نظام شمولي.

وشهد العراق بعد عام 2003م تحولات كبرى في طبيعة النظام السياسي، وحدثت فورة إعلامية واسعة فصدرت المئات من الصحف وظهرت العشرات من القنوات الفضائية والإذاعات وهي تمثل الأحزاب او أصحاب النفوذ والمال ولها أجندات سياسية وليس مهنية، وأصبحت الصحافة مهنة من لامهنة له، فتضاعفت أعداد المسجلين في سجل نقابة الصحفيين بصفة عضو عامل ومشارك قرابة " 25 " الف وهو خمسة أضعاف عدد الصحفيين المسجلين في سجل النقابة قبل 2003 وأغلبهم ليسوا من خريجي كليات وأقسام الإعلام، وهذه المؤسسات هي الأخرى ليست بحاجة لمهارات نوعية.

وبالرغم من ذلك اجتهدت كلية الإعلام في جامعة بغداد حصرا لاستثمار أجواء الحرية والانفتاح لتحديث البعض من مناهجها الدراسية وامتلكت لاول مرة استوديوهات متطورة للتدريب التلفزيوني ومختبرات للحاسوب ووسائل ايضاح ذكية، وإذاعة طلابية تدريبية.

2 ـ مناهج كليات الإعلام الواقع والطموح:

يعد تأسيس كليات الإعلام وأقسام الإعلام وسيلة أساس لتأهيل وصقل الكفاءات المتخصصة في المجالات الإعلامية المتنوعة التي تشمل الصحافة، والإذاعة والتلفزيون، وكذلك العلاقات العامة، ففي السنوات القليلة الماضية بعد احتلال العراق إرتفع عدد وسائل الاتصال المقروءة والمسموعة والمرئية، وايضاً نتيجة للتطور التقني السريع، وازدياد الاعتراف بالدور المتزايد للإعلام في تنمية الديمقراطية، وبات الطلب

على الإعلاميين المتمرّسين ملحاً.

وبناءً على هذا فإن كليات وأقسام الإعلام العراقية مطالبة بمواكبة حاجة السوق المتجددة وفقاً لما تمليه التغيرات المتلاحقة في مجال التقنية الإعلامية أو الاتصالية عموماً، فقد شهدت ميادين الإعلام المهنية نقلة نوعية في أدائها بدرجة أصبحت فيها الكليات والأقسام العلمية المتخصصة بحاجة إلى أن تختبر قدرة مناهجها على الوفاء باحتياجات سوق العمل الحالية، بل والأهم من ذلك العمل على تنقيح تلك المناهج بين فترة وأخرى، بحيث تصبح ذات مرونة عالية في مواكبتها للتغيرات المتسارعة في ظل التنافس لدى وسائل الإعلام في تبني كل ما هو جديد.

وشهدت ساحة العمل في مجال الصناعة الإعلامية في العراق في الآونة الأخيرة جدلاً واسعاً بين المؤسسات الإعلامية، ومؤسسات إعداد الكوادر الإعلامية «كليات وأقسام الإعلام في الجامعات»، للعمل في هذه المؤسسات. ولم يقتصر الجدل بين الممارسين المهنيين والأكاديميين الإعلاميين، على إعداد الطلبة وتأهيلهم للعمل في المؤسسات الإعلامية بل تعدى ذلك إلى إثارة موضوع دور الأبحاث العلمية التي تفرزها مؤسسات التعليم الإعلامي في تطوير العمل الإعلامي المهني.

إن خلاصة رأي الممارسين للعمل الإعلامي من الأكاديميين الإعلاميين يمكن إيجازه في شقين:

الأول: متعلق بقصور المناهج التعليمية في كليات وأقسام الإعلام في إعداد الكوادر الإعلامية المؤهلة للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية.

والشق الثاني: متعلق بأن ما يقوم به الأكاديميون من أبحاث، أو ما يشرفون عليه في رسائل الماجستير والدكتوراه، في أقسامهم وكلياتهم، لا تثري أو تلبي حاجة المؤسسات الإعلامية من الأبحاث التطبيقية لتطوير عمل هذه المؤسسات.

لذلك فإن هناك مطالبة قوية من المؤسسات الإعلامية والقائمين عليها بأن تعيد المؤسسات الأكاديمية النظر في مناهجها التعليمية والأبحاث العلمية بما يتوافق مع حاجة ومتطلبات سوق العمل في المجال الإعلامي. ولقد كانت هذه المطالبة واضحة في مقالات صحفية عدة نشرت في السنوات الماضية من بعض قيادات العمل الصحفي من الممارسين والمهنيين في وسائل الإعلام.

ولعل مما يؤخذ على البعض من تلك الكليات أو الأقسام، ولاسيما الاهلية عدم وجود رؤية واضحة ومهمة محددة لما ينبغي القيام به، وبخاصة في ظل عدم وجود جهة تحكم وتضبط الجودة وتعمل على تقييم مستويات أدائها ومضمون برامجها ومناهجها كتلك التي تقوم بها جهات معتبرة في الدول المتقدمة كضمانات تقرر مدى مطابقة البرامج التعليمية المختلفة للاحتياجات المعتبرة في سوق العمل، ومن هنا فإن أي تعديل في المناهج يظل في الكثير من أحواله جهداً فردياً وعشوائياً لا يقوم على رؤية ومهمة محددتين، ولا يتحقق في إطار شمولي يخدم بعضها بعضاً، وفي هذه الحالة يصبح التحدي الكبير الذي يواجه من يرغب في تصميم المناهج الدراسية في التخصص هو تحديد أي التخصصات ينبغي تضمينها ضمن الخطط الدراسية، وفي أي مستوى.

ويفاقم معضلة تدريس الإعلام بالشكل القادر على الإسهام في التنمية ومواكبة التغيرات التي يشهدها سوق العمل أن الجامعات في العراق ظلت تفتقد إلى التنسيق فيما بينها من حيث الأهداف، والرؤى، وأساليب الدراسة، وإمكانات التكامل بينها في مجال نوعية الدراسات الإعلامية لكل منها، مما يسهم في فقدان التكامل في الدراسات الإعلامية.

ويؤكد صحة هذا الرأي أن نظرة عامة إلى المواد التي تقدم في كلية الإعلام وأقسام الإعلام بالجامعات الأخرى إلى وقت قريب تبرهن على أن قائمة المقررات فيها تتشابه إلى حد كبير في مضامين الموضوعات التي تقدمها إلى طلابها، لأن مصدرها واحد هو كلية الإعلام "الأم" بعدّها أول كلية إعلام في العراق، بل وإنها في مجملها ظلت عاجزة ولسنوات عن تفعيل الجانب المهني في المرحلة الحالية، وذلك لغياب التقييم المستمر لحاجة سوق العمل ومتطلباته، وهو ما تؤكد عليه عملية تدريب الطلبة هذا العام في المؤسسات الإعلامية التي هدفت إلى التعرف على هذا الجانب واتضح عدم كفاية ما يمتلكه الطلاب والمتخرجون من مهارات للمتطلبات الحالية لسوق العمل الإعلامي ولاسيما في جوانب استخدام اللغة الإنجليزية، ومهارات الإنتاج الإعلامي، استخدام التقنيات الإعلامية الحديثة، والتخطيط للعمل الإعلامي وإدارته.

ونجحت الكلية خلال العامين الأخيرين ومن خلال آليات تعاون مع جامعات ومنظمات دولية في مقدمتها اليونسكو والمكتب الإنمائي للأمم المتحدة من المشاركة مع

خبراء دوليين باعتماد مناهج جديدة في مقدمتها الصحافة الاستقصائية، ومفردات أخرى مستمدة من مفردات أهم الجامعات الأمريكية والغربية، وستكلل جهود لجنة خاصة في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لوضع خارطة طريق لمنهاج دراسي متطور للدراسات الإعلامية سيطبق بعد إقراره في جميع كليات وأقسام الإعلام بالجامعات العراقية الرسمية والأهلية ويمثل خطوة نوعية بالاتجاه الصحيح، لتطوير هذه الكليات والأقسام المستحدثة التي تشهد تزايداً في أعداد الطلبة الراغبين في دراسة الإعلام وممارسة المهنة الصحفية او العمل في مجالات البحث العلمي الإعلامي.

في كلية الإعلام/ جامعة بغداد وهي الجامعة الأم هناك إمكانيات مادية في الكلية نستطيع العمل بها، استديو إذاعي، واستديو تلفزيوني، غرفة أخبار، مختبرات عدة، مختبر للسبورة الذكية، مسرح، لكن ينقصنا الشيء الأهم وهو أعضاء الهيئة التدريسية، كثير من أعضاء الهيئة التدريسية لا يجيدون استخدام التقنية، ولا يؤمنون باستخدام التقنية داخل قاعة الصف. اما على مستوى الجامعات الأخرى، فهي أدنى سواء بالتجهيزات أو بأعضاء الهيئة التدريسية.

نحن ولا شك في مهمة صعبة للغاية، سواء على المستوى الأكاديمي أو الإعلامي، لدينا إعلام يسعى إلى إرهاب تكفيري وآخر عن إرهاب تخديري، أو الكتابات البعيدة كليا عن العصر، أو حتى التضليل الإعلامي السياسي المتوافر على نطاق واسع في الصحف ومحطات التلفزيون.

3 ـ التحديات الأساسية للمناهج الإعلامية:

اولا: أغلبية المناهج للدراسات الاولية والعليا ذات بعد نظري وهي تتوزع على أربع وحدات أساسية تتكون من المواد التالية:

- ـ المعرفية « تعاريف ومفاهيم الفنون الصحفية كافة» .
- ـ المهارات « التطبيقات العملية» .
- ـ الثقافية « التاريخ الوطني، اللغة، التشريعات الإعلامية» .
- ـ التربوية « الديمقراطية، حقوق الإنسان، الأخلاقيات» .

ويبدو جليا أن 40 % من المواد هي ذات أبعاد نظرية تتعلق بالفنون الصحفية، ولا

تزيد نسبة التطبيقات العملية على 20 % في أحسن الأحوال، وتستحوذ المواد الثقافية والتربوية على النسبة المتبقية وهي 40 %. إن هذه النسب تكشف عدم توازن للمناهج الدراسية وقصور واضح في مجال التطبيقات العملية والتي يجب أن لاتقل عن 50 % من حيز الوقت المخصص وعلامات التقييم التي يحصل عليها الطالب للنجاح.

شكل (1) يبين الوحدات الأساس المكونة لمناهج الدراسات الأولية والعليا.

ثانيا: أغلبية أعضاء هيئة التدريس لايمتلكون خبرات عملية في مجالات العمل الإعلامي بمراحله المختلفة، مع عدم توفر كوادر وسطية للإشراف على التدريب.

ثالثا: الحاجة لمقررات تدريبية ومناهج للتدريب العملي تتوفر فيها إرشادات عملية، وتمارين تطبيقية صفية وميدانية.

رابعا: ما زالت سياسة القبول في الدراسات العليا لا تعطي أفضلية لأصحاب الخبرات الميدانية، ويتم القبول على أساس المفاضلة على الدرجات الامتحانية، وقنوات أخرى مفتوحة بدون شروط لذوي الشهداء وضحايا الإرهاب والمفصولين والسجناء السياسيين، ويؤدي ذلك لاستمرار إشكالية منح شهادات عليا لأشخاص بدون خبرة غير قادرين على تأهيل الطلبة.

خامسا: تواجه الكليات صعوبات تغيير المناهج الدراسية دوريا لاعتماد آلية معقدة لا تسمح بالتغير لأكثر من نسبة 15% وبعد سلسلة من الموافقات.

سادسا: نمطية الدراسة والبحث، فقد اعتاد الطلبة على مقررات ثابتة تؤمن لهم اجتياز الامتحانات وليس امتلاك خبرات.

سابعا: ضعف معايير قياس جودة الأداء الجامعي.

ثامنا: تتسم أغلب البحوث من أطاريح دكتوراه ورسائل ماجستير ومشاريع تخرج بكلوريوس للدراسات الوصفية بالآتي:

- التوجه لإجراء البحوث الوصفية والابتعاد عن البحوث التجريبية التي تتطلب مهارات عالية وجهوداً كبيرة، والنسبة لا تكاد تذكر فهي أقل من 1 %.
- التهرب من البحوث التي تتناول الدور والأثر والتأثير لصعوبتها.
- تبين لنا من خلال دراسة مسحية للأطاريح والرسائل المنجزة في كلية الإعلام منذ افتتاح الدراسات العليا فيها عام 1986م وحتى نهاية عام 2014م، أنها قاربت

وحسب ما مسجل في سجلات المكتبة (580) موزعة (380) رسالة ماجستير، وشكلت نسبة دراسات الجمهور 24% وبتكرارات (91) رسالة، وشكلت دراسة المضمون نسبة 74% وبتكرارات (280) رسالة ماجستير، و2% وبتكرارات (9) تناولت علم الاتصال. و(200) أطروحة دكتوراه وشكلت نسبة دراسات الجمهور 23% وبتكرارات (46) أطروحة، وشكلت دراسة المضمون نسبة 71% وبتكرارات (142) أطروحة دكتوراه، و6% وبتكرارات (12) أطروحة تناولت علم الاتصال.

ويلاحظ أن أغلب هذه الدراسات وصفية تركز على « الرسالة » وتحليل المحتوى بالدرجة الأساس لسهولة هذه البحوث مع الابتعاد عن بحوث الجماهير « المتلقي» ، ونسبة أخرى تتناول القائم بالاتصال وخصائص الوسيلة. مع نسبة ضئيلة تعالج قضايا البيئة الاتصالية وذلك استوجب البحث في أركان العلمية الاتصالية مجتمعة المرسل – الرسالة –المتلقي – وبيئة الاتصال –الوسيلة ويتطلب ذلك جهوداً ومستلزمات وقدرات كبيرة لإنتاج البحث الإعلامي.

ومن الحقائق الواضحة أن الجمهور هو أهم متغير في عملية الاتصال فإذا لم يكن لدى القائم بالاتصال فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور العقلية والعاطفية وخصائصه الأولى فسوف يحد ذلك من مقدرته على التأثير فيه وإقناعه مهما كانت الرسالة معدة إعدادا جيداً ومهما أحسن اختيار القائم بالاتصال والوسيلة. فهناك العديد من المتغيرات التي تؤثر على المضمون الذي سوف يعرض المتلقي نفسه إليه خلفيته وتجاربه السابقة وعواطفه وتعليمه وجنسه وسنه وشخصيته. ففي كثير من الحالات ما استخلصت من المعلومات والأراء التي قدمت حقائق أو استنتاجات عكس ما يريده القائم بالاتصال وفسرت الأمور من قبل المتلقي بشكل يتفق مع مشاعر السعادة أو الحزن او الخجل أو التحيز، كل هذه الأمور تجعل دراسة الجمهور مهمة لأن الجمهور هو الهدف الأساس الذي يسعى القائم بالاتصال الى الوصول اليه والتأثير فيه.

3 ـ النتاج البحثي في الدراسات الإعلامية/ مجلة الباحث الإعلامي أنموذجاً:

إن الالتحاق بمهنة أستاذ جامعي هو التحاق بوظيفة Carrier oriented، أكثر مما هو التحاق بمهنة Job oriented، اذ يبقى الأستاذ الجامعي في وظيفته طوال الخدمة

طالما أنه لم يخالف القوانين وبغض النظر عن نشاطه العلمي وما ينشره من أبحاث، بل وبغض النظر عن ترقيته "فقد يبقى في رتبة أستاذ مساعد طوال خدمته"، وهذا عكس النموذج الأميركي الذي تشيع فيه عبارة "أنشر أو تهلك "*Publish or perish*. ويمكن القول أن النموذج الاجتماعي هو السائد في الجامعات الحكومية العربية، وبحسب هذا النموذج فإن توفير الفرص الدراسية الجامعية وتوفير فرص التعيين في الجامعة للأساتذة تحكمه اعتبارات اجتماعية وسياسية، استنادا الى أجندات معلنة أو غير معلنة[1].

ويتصل وضع البحث العلمي اتصالا وثيقا بمناهجها التعليمية، فالنتاج البحثي للمؤسسات التعليمية لا يعتمد على التخطيط والنظرة الاستشرافية في تحديد استراتيجيات البحث، أغلبية البحوث ذات طابع كمي، يمثل مطلب التفسير والاستدلال البعد الغائب فيها، إذ يلاحظ الإغراق في العرض الكمي للنتائج دون تفصيل الفكر النظري، الذي يشير له العرض الإحصائي، لأن النتائج الإحصائية تحتاج إلى جهد نظري مكمل للوصف. وتعدّ من أسهل طرق التفسير، هي رد النتائج إلى القاعدة المعرفية لطرح التساؤلات. وتكمن هنا القيمة العلمية للإطار النظري الذي يساعد الباحث على إثراء تفسيراته للنتائج.

وتبين لنا من خلال دراسة مسحية للنتاج البحثي المنشور في مجلة الباحث الإعلامي، لا تزال المجلة العلمية المحكمة الوحيدة المختصة بنشر بحوث الإعلام والاتصال منذ عام 2005م وما زالت مستمرة بشكل منتظم في الصدور عن كلية الإعلام/ جامعة بغداد، تبين لنا من خلال دراسة مسحية للبحوث المنشورة في مجلة الباحث الإعلامي منذ صدور العدد الأول عام 2005م وحتى العدد 23 عام 2014م، أنها قاربت 211 بحثاً، توزعت حسب التصنيف الآتي:

1 ـ بحوث الاتصال: 14 بحثاً، وبنسبة 6.6%.

2 ـ بحوث الصحافة: 50 بحثاً، وبنسبة 23.6%.

3 ـ بحوث الصحافة الإذاعية والتلفزيونية 44 بحثاً، وبنسبة 20.8%.

4 ـ بحوث العلاقات العامة: 31 بحثاً، وبنسبة 14.6%.

5 ـ بحوث تأصيل نظري للمفاهيم: 12 بحثاً، وبنسبة 5.6%.

6 ـ بحوث اللغة: 15 بحثاً، وبنسبة 7.1%.

7 ـ بحوث في نظريات الدور: 17 بحثاً، وبنسبة 8.4%.

8 ـ بحوث في الإعلام الجديد: 23 بحثاً، وبنسبة 11%.

9 ـ بحوث باللغة الانكليزية: 5 بحوث، وبنسبة 2.3%.

تقرير عن التجربة البحثية الإعلامية في لبنان

د. محمد محسن

المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية/ الجامعة اللبنانية

إن تجربة البحث الإعلامي في لبنان ما زالت في طور التأسيس حيث النشاط البحثي يقع على عاتق الباحث وليس على برنامج عمل المؤسسات البحثية القليلة التي لا تضع البحث الإعلامي في سلم أولوياتها، إلا إذا توافق مع مصالحها التجارية وحيثياتها السياسية والإجتماعية. وحتى النشاط البحثي الفردي وإن أحيط بلجان علمية وفرق عمل بحثية تبقى حالات عدم الاستقرار السياسي والأمني، والاعتبارات المالية والحقول الميدانية وبيئة مجتمع البحث غير المتعاونة في كثير من الأحيان، أبرز العوائق التي تساهم في عدم بلورة إطار بحثي متكامل بدءاً من المدخلات وصولاً الى المخرجات.

الأهم من كل ذلك هو عدم وجود رؤية بحثية وخطة استراتيجية تراعي القضايا الملحة للمعالجة في عالم وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وما هي الأهداف المرتبطة في كل قضية من قضايا الإشكاليات البحثية في لبنان والعالم العربي. دون تلك الرؤية والخطة الاستراتيجية والقضايا والأهداف لا يمكن لنا أن ننفذ أبحاثاً ذات وظيفة مجتمعية تمكننا من توظيف النتائج البحثية الجدية لفهم العلاقة المعقدة بين وسائل الإعلام من جهة والمجتمع والأفراد من جهة أخرى، وبالأخص دور هذه الخلاصات البحثية في المساهمة في تنمية وتطوير القطاعات الحيوية المرتبطة بحرية وسلامة ورفاهية المواطنين المعبر عنهم في عالم الدراسات الإعلامية بالجمهور.

والنتاج البحثي الإعلامي في لبنان على مستوى المؤسسات البحثية والأكاديمية

لا يراعي التوازن بين الأقسام الكلاسيكية للبحث الإعلامي والتي تتلخص بالأبحاث المرتبطة بالوسيلة الإعلامية نفسها، وبكيفية استخدام الجمهور لهذه الوسيلة، وتأثير هذه الوسيلة على الجمهور، وكيفية تطوير نفس الوسيلة الإعلامية.

تجربتنا البحثية المتواضعة مع الفرق البحثية ومع طلاب الماجستير والدكتوراه في علوم الإعلام في لبنان تقول أننا نركز أولاً على الوسيلة وما يؤثر فيها (مثلاً الملكية والسيطرة الإعلامية) وما ينتجه الإعلاميون من نصوص ومفردات وإعلان وصور التي تعالج في عالم الصحافة المكتوبة بشكل رئيسي لسهولة الوصول إليها، ونركز ثانياً على التأثير الإجتماعي والنفسي للرسالة الإعلامية التي تصنعها الوسيلة الإعلامية لنقيس الفترات الزمنية التي يصرفها الجمهور مع الوسيلة ولنبحث كيف تغيّر (أو تثبّت) قناعاته السياسية والثقافية والفكرية والاستهلاكية.

إننا نهتم بشكل أقل بكيفية استخدام الجمهور للوسيلة في الحياة الحقيقية ومن الذي يستخدم هذه الوسيلة ؟ وما هي طبيعة المعلومات التي يكتسبونها؟ وفي أي إطار؟ وما هي عناصر الترفيه التي تقدمها وسائل الإعلام الحديثة ؟ ولأي هدف ؟ والأهم ما هي الإشباعات التي تتحقق من خلال الإستخدام والمتابعة ؟

ونهتم بشكل قليل جداً بالأبحاث التي تتناول كيفية تطوير الوسيلة خاصة في مجالات تحسين المضمون وكيف يمكن له أن يوازن بين إعتبارين: القيمة الإعلامية الجدية، والترفيه غير المبتذل. كما أن الضعف الشديد في هذا المجال البحثي هو إهمال جانب تكنولوجيا وسائل الإعلام والإتصال التي غدت عنصراً أساسياً تتداخل فيه موضوعات كثيرة أصغرها دور التكنولوجيا الحديثة في تحسين المنتج وبث الصورة والصوت بطريقة واضحة وغير متداخلة تقنياً، وأكبرها المتعلقة بـ «الأمبريالية التكنولوجية» التي تسيطر على هذا العالم وبالأخص على دول وشعوب العالم غير الصناعي والذي لم يقترب من مجتمع المعلومات تخطيطاً وتنفيذاً.

التحديات كبيرة أمامنا إذا أردنا أن ننتج أبحاثاً ودراسات إعلامية أصيلة لا تقلد الغرب لأن مشاكله تختلف عن مشاكلنا واهتماماته تختلف عن اهتماماتنا وأطره النظرية الإعلامية نابعة من صميم تطور فكره الفلسفي والإجتماعي والإقتصادي والسياسي،

وأدواته البحثية تختلف بين مدارسه وإن كانت أقل خطراً ثقافياً نظراً لأنها وسيلة وليست هدفاً.

في الختام أقترح أن يكون هناك مؤسسات بحثية إعلامية وطنية (ليس بالضرورة برعاية الدولة) في كل دولة من الدول العربية لتحديد الخطة الاستراتيجية والأولويات البحثية التي يحتاجها مجتمعها وأن تنسق فيما بينها (على مستوى العالم العربي) للاتفاق على القضايا والموضوعات البحثية التي تهم الجمهور العربي، والابتعاد عن القضايا الخلافية التي يمكن أن تؤثر في التعاون الاستراتيجي الإعلامي بين الدول، وأن يكون هناك تعاون وتنسيق تام مع المراكز البحثية الجامعية.

تقرير عن حالة تدريس الإعلام في فلسطين

د.ماجد تربان
جامعة غزة/ فلسطين

أبدأ تقريري هذا بعرض موجز عن حالة تدريس الإعلام في فلسطين، والمشكلات التي تعانيها الجامعات الفلسطينية التي تدرس الإعلام، وكذلك أعرض لبيئة البحث العلمي الإعلامي في فلسطين، ثم أعرج إلى الأبحاث العلمية المنجزة والإشكاليات التي تواجه البحث الإعلامي، وأخيرا أعرض للأمور التي قمت بها كمنسق من أجل الترويج لفكرة الرابطة وتنسيب بعض الزملاء الأكاديميين الفلسطينين لها، وكذلك التشبيك مع المؤسسات الخاصة المهتمة في مجال الرابطة وذلك كما يلي:

أولا: حالة تدريس الإعلام في فلسطين:

بداية يوجد في فلسطين وتحديدا في محافظات غزة كليتان لتدريس الإعلام إحداهما في جامعة الأقصى، والأخرى في جامعة فلسطين، كما ويوجد سبعة أقسام تمنح درجة البكالوريوس في الإعلام بتخصصاته المختلفة، إضافة إلى وجود أربعة أقسام في جامعات الضفة الغربية إلى جانب ثلاثة أقسام تمنح تخصص اللغة العربية مع الإعلام، وكذلك العديد من المعاهد والكليات المتوسطة التي تمنح درجة الدبلوم في حقول إعلامية قريبة من الإعلام منها على سبيل المثال الكلية العصرية في رام الله، كلية دار الحكمة في بيت لحم، وكلية مجتمع الأقصى بغزة، وتتنوع هذه الجامعات والكليات التي تدرس الإعلام في صفتها بين حكومية وأهلية وخاصة.

كما لا توجد برامج أكاديمية للدراسات العليا لتخصص الصحافة والإعلام في

الجامعات الفلسطينية باستثناء برنامج واحد يمنح درجة الماجستير في تخصص الصحافة في الجامعة الإسلامية بغزة، وفي الضفة الغربية لا توجد أي برامج مماثلة الأمر الذي يترتب عليه صعوبة استفادة الطلبة المقيمين بالضفة الغربية من هذا البرنامج بسبب الحصار المفروض على قطاع غزة وإجراءات الاحتلال الإسرائيلي التي تمنع التنقل بين الضفة والقطاع.

وبخصوص العاملين في هذه الكليات من أعضاء هيئة التدريس نجد أنه يعمل بها قرابة (50) عضوا من الأساتذة المختصين في الإعلام من حملة الدرجات العلمية المختلفة (أستاذ- أستاذ مشارك- أستاذ مساعد- مدرس مساعد- معيد) حيث يعمل بها 3 أستاذ دكتور، في مجال الصحافة والإذاعة والتلفزيون، وحوالي 8 أستاذ مشارك، و15 أستاذ مساعد، و20 مدرس مساعد، و8 معيدين.

إضافة إلى وجود العديد من المؤسسات الأهلية التي تقدم خدمة التدريب الإعلامي للطلبة (مجانا وبمقابل مادي) في مجالات حقوق الإنسان والديمقراطية، والتنمية والإعلام الجديد، وتطوير القدرات في الكتابة الصحفية والصحافة الاستقصائية.

وفقا للدراسة التي أجرتها منظمة اليونسكو حول تقييم تطور الإعلام في فلسطين فإنه يؤخذ على هذه المؤسسات التي تدرس الإعلام ما يلي:

1. تهتم تلك المؤسسات بالجانب النظري والفلسفي بدرجة مناسبة وتقصر في الجانب العملي والتطبيقي بوجه عام.
2. تفتقر إلى جودة التدريس في تخصص الإعلام والصحافة بشكل عام لأنها لا تراعي حاجات سوق العمل ولا تجاري التطور الذي تشهده وسائل الإعلام.
3. هناك نقص كبير في الأجهزة والمعدات التقنية والاستوديوهات والمواد والبرامج التعليمية لممارسة التمرينات العملية في مجال الإعلام.
4. هناك نقص في إعداد الكوادر البشرية وتدريبها في المؤسسات الإعلامية حيث لا يوجد تعاون حقيقي بين المؤسسات وكليات وأقسام الإعلام.

ثانياً: بيئة البحث العلمي الإعلامي:

أ. على صعيد الكتب والمجلات العلمية:

توفر مكتبات الجامعات الفلسطينية مجموعة من الكتب في حقل الإعلام ولكنها كتب قديمة وبحاجة إلى غربلة ومراجعة دائمة لتتماشى مع التطور الخاص في الحقل الإعلامي، ويتفق أكاديميون في الجامعات الفلسطينية على عدم ملاءمة الكتب والمقررات الدراسية لمستويات التطور الحاصل في العمل الإعلامي، خاصة أن معظم الجامعات الفلسطينية تستخدم الكتب ذاتها في تدريس الإعلام، إلى جانب عدم إتاحة الجديد منها في ظل ضعف عملية التأليف فلسطينيا للكتب ذات المحتوى الإعلامي، وفقا لتقرير اليونسكو لعام 2014م.

يضاف إلى ذلك القيود والمعيقات التي ترافق عملية استقدام الكتب واستيرادها من الخارج بفعل الضرائب الكبيرة المفروضة عليها من الحكومة الإسرائيلية، ومن السلطة الوطنية الفلسطينية، وهو ما يجعلها غالية الثمن وليست في متناول الطلاب (فمثلا الكتاب المباع في الأردن بـ (5 دولارات) يباع في الضفة بـ (10 دولارات)، وفي غزة يصل إلى (20 دولاراً).

كما تتوفر الكتب الإعلامية باللغة العربية بالدرجة الأولى وهي اللغة المعتمدة في تدريس الإعلام في الجامعات الفلسطينية، في حين يقل الاعتماد على المصادر المكتوبة باللغة الانجليزية **وفقا لتقرير اليونسكو** حيث يفتقر عدد كبير من الطلاب، وأساتذة الإعلام إلى مهارات اللغة الانجليزية، ويندر الاعتماد على كتب لغات أجنبية أخرى في الجامعات الفلسطينية.

وفيما يتعلق بالمجلات العلمية يوجد بكل جامعة فلسطينية مجلة علمية محكمة ومتخصصة في العلوم الإنسانية بشكل عام، والعلوم الطبيعية أيضا وتشترط معظم الجامعات الفلسطينية دفع رسوم اشتراك لنشر الأبحاث المحكمة فيها تتراوح بين (50-100) باستثناء جامعة النجاح الوطنية، وتفتقر فلسطين كليا إلى وجود مجلة علمية بحثية محكمة ومتخصصة في مجال الإعلام والاتصال.

ب. على صعيد الأبحاث العلمية المنجزة:

حاول المنسق حصر الأعداد المتوافرة للأبحاث العلمية، والكتب الخاصة

بالإعلام في فلسطين، ولكن الأمر صعب جدا لعدم وجود مجلس أعلى للإعلام في فلسطين، وكذلك لعدم وجود مكتبة مركزية، أو جهة مختصة تعمل على حصر هذه الأبحاث وأرشفتها، كما يعود الأمر لعدم وجود مجلس أعلى للجامعات في فلسطين، أو مركز أبحاث متخصصة في مجال الإعلام يعمل على تجميع هذه الأعمال في نطاق واحد لتعم الفائدة على الباحثين والمهتمين.

وأستطيع الجزم بأن هناك العديد من الأبحاث العلمية المنفذة في حقل دراسات الإعلام والاتصال وتزيد عن (100) بحث علمي في مجالات الصحافة المطبوعة والإلكترونية، والعلاقات العامة، والإعلان والتسويق، والدعاية والحرب النفسية، إضافة إلى العديد من دراسات الماجستير المتعلقة بموضوعات مرتبطة بالإعلام والصحافة من حقول تربوية أخرى.

ج. الإشكاليات التي تواجه البحث العلمي:

يعاني الباحثون الفلسطينيون من العديد من الإشكاليات منها:

- الحصار الإسرائيلي على أراضي السلطة الوطنية الفلسطينية وعدم السماح بالتنقل بين المدن وخصوصا بين الضفة وغزة الأمر الذي ينعكس على الدراسات المسحية والميدانية حيث يصعب توزيع الاستمارات واستردادها في كلا الاتجاهين.
- عدم توفر كتب حديثة في مجال الإعلام للحصار المفروض على دخول الكتب سواء في مناطق الضفة الغربية أو قطاع غزة وعليه يلجأ الباحثون إلى شبكة الأنترنت وشراء كتب والاشتراك بمجلات علمية إلكترونية بأسعار مرتفعة.
- انقطاع التيار الكهربائي لمدد تصل (16) ساعة يوميا وخصوصا في قطاع غزة حيث يعاني من أزمة انقطاع التيار الكهربائي منذ سبع سنوات الأمر الذي يحد من الإنتاج العلمي ويؤثر فيه.
- عدم وجود مؤسسات تعليمية كافية تمنح درجة الماجستير في الإعلام وكذلك لا توجد أي مؤسسة تمنح درجة الدكتوراه في الإعلام في فلسطين كلها.
- غياب التنسيق والتعاون بين معظم الباحثين وأساتذة الإعلام في الجامعات الفلسطينية من حيث الاستفادة العلمية المتبادلة وعمل أبحاث مشتركة وإن وجد فهو تعاون شخصي.

المشكلات والمعوقات الأساسية

التي تعترض طلاب كليات الإعلام اللبنانية

أ.اليسار كازاك

المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية/ الجامعة اللبنانية

برزت مؤخرا ظواهر اتصالية أدت الى تأسيس إشكاليات ومفاهيم جديدة. وبات الإعلام اليوم سلطة لا حدود لتأثيرها كونها قادرة على تشكيل وعي الأفراد والجماعات وأصبحت وسائل الاتصال قوى أساسية فاعلة في مجتمعنا.

إن تكويننا إعلاميا، ذا طابع مهني، ضروري لضمان تكوين كفاءات قادرة على المساهمة في تطوير الأداء الإعلامي ولكن ذلك يستوجب ضمان شروط إنتاج المعارف النظرية والعملية لتكوين ذاته. كما أن تكوين الكفاءات الإعلامية لا يكتفي باستهلاك المعارف التي ينتجها الآخر والاتجاه إلى التقليد الأنكلوسكسوني أو الفرنكوفوني من مسميات ومحتويات البرامج الدراسية الإعلامية والاتصالية، او التوفيق الجامع بينهما وإنما استخدامها وتطويرها وتقديم انتاجات جديدة وذلك لضمان استقلالية الثقافة والبحوث العربية وأبعادها عن الدراسات المقتبسة من الغرب النمطية التكرارية.

لذلك يحتل موضوع التكوين في مجال الإعلام والاتصال والمهن الاتصالية أهمية خاصة في هذه الورقة البحثية ولا بد من إلقاء الضوء على المشكلات والمعوقات الأساسية التي تعترض طلاب كليات الإعلام اللبنانية. يقترن هذا الموضوع بقصور القوانين الإعلامية في العالم العربي وقدمها وعدم مواكبتها للتطورات التقنية والتكنولجية

ووسائل الاتصال الرقمية الحديثة والتواصل الاجتماعي وما تطرحه من تحديات في مجال الأخلاقيات الإعلامية والحريات الإعلامية وحرية التعبير عن الرأي.

سنتناول إشكالية تكوين إعلاميي الغد والحاجة الملحة والمتطلبات العملية التي تدفعنا إلى إعادة النظر في واقع الإعلام والاتصال ومفهوم علوم الإعلام والاتصال خاصة ان التكوين المهني ينبغي ان يتطور بما يستجيب لمتطلبات المرحلة الراهنة واحتياجاتها المستقبلية ويستفيد من التقنيات والمتغيرات الجديدة وتحديثها.

1 ـ أبرز الإشكاليات والصعوبات التي يواجهها طلاب الإعلام وما تأثيرها على تكوينهم المهني:

- **عدم فعالية وتحديث مضمون المواد بما يتوافق والتطورات في التقنيات والاتجاهات الإعلامية.**
- **عدم التنسيق بين مضمون المواد وتضاربها وتشابهها بين مادة وأخرى**
- **عناوين مواد مغرية لمضمون ضعيف ولا يمت لها بصلة أحياناً**
- **دمج مضمون عدة مواد ضمن مادة واحدة إذ لا يغطي هذا المضمون كافة الأساسيات المطلوبة للمادة ولا تتعمق في الأفكار الأخرى المشتتة.**
- **تفاوت مضمون المادة نفسها بين أستاذ وآخر وطرق التدريس وتقييم الأساتذة للطلاب وفقاً لمعايير غير معروفة أو منطقية أحياناً**
- **عدم توفر بعض المواد الضرورية للاختصاص مثل الاتصال الداخلي للمؤسسات والموارد البشرية**
- **نقص في مواد النظريات الإعلامية التقليدية والمعاصرة وعدم التركيز على مواد النظريات الإعلامية (*theories of communication, theories of mass media, communication studies...*) وإدراجها ضمن السنوات الأولى للدراسة كونها تأسيسية وأساسية للعديد من باقي مواد الاختصاص.**
- **عدم توجيه الطلاب لربط مضمون المواد والاستفادة منها خاصة وأن هذا الأمر ضروري من تداخل المجالات والاختصاصات بين علوم الإعلام والاتصال والعلوم الأخرى *Interdisciplinary &***

multidisciplinary

- عدم توفر المعدات من كاميرات وأجهزة تصوير وإضاءة وأنترنت...
- غياب التنسيق بين الإطار الأدبي والمهني التقني خاصة في ظل الحراك المتسارع والظواهر الإعلامية الجديدة وغيابها في المقررات وعدم تسخير التكنولوجيا لخدمة الأفكار وتأهيل الطلاب للممارسة المهنية.
- معظم المواد نظرية أكثر منها عملية
- الاعتماد على الحفظ وتخزين كم هائل من المعلومات في الاختبارات والامتحانات الكتابية في حين أنه من الأجدى القيام بمشاريع وأبحاث تطبيقية
- عدم تشجيع المبادرات الفردية للقيام بنشاطات خاصة بطلاب العلاقات العامة
- التعامل مع الطلاب كحالات رقمية دون تفاعل واستخدام أساليب المشاركة والتفاعل مع الطلاب.
- عدم الاطلاع على مشاريع الطلاب الأخرى لإمكانية الاستفاد من مضمونها أو الانتقادات الموجهة لها وإجراء مناقشات حولها.
- عدم ايجاد فرص عمل خاصة لطلاب العلاقات العامة حتى أن معظم خريجي هذا الاختصاص عاملون في مجالات أخرى
- عدم انخراط الطلاب مع الخارج من خلال تطبيق المكتسبات النظرية والتدريبات العملية.
- عدم تأمين تدريبات والتعاقد مع مؤسسات لاستقبال الطلاب وتدريبهم عملياً على المكتسبات النظرية.

2 ـ الحلول:

- لا بد من اللجوء الى العمل الاستراتيجي المبني على دراسة الواقع الراهن وتحليله بناة على مؤشرات علمية دقيقة لصياغة برامج واختبارت

وامتحانات بهدف تطوير مهارات الطلاب بناء على معايير علمية وبما يتلاءم مع الحاجات الواقعية لسوق الإعلام والاتصال للعمل على تحسين أداء المؤسسات الإعلامية.

- هناك فرص كبيرة أمام مؤسسات التدريب لتوفير خريجين على مستوى عال، وهذا يتطلب تعاوناً وثيقاً بين الهيئات الأكاديمية والإعلامية لتحفيز التقدم مما يساعد على تحديد احتياجات ومتطلبات القطاع.
- وضع خطة تكوينية للتنسيق فيما بين المواد
- امتلاك كوادر إعلامية تؤهل الطلاب لسوق العمل وتمتلك كفاءات مهنية تقنية لاستخدام التكنولوجيا في العمل الإعلامي وأدبية للتحكم بقواعد الكتابة الإعلامية.
- إشراك الطلاب بالأبحاث وإنتاج المعرفة إذ أنهم الفئة الاجتماعية الأكثر استخداماً لوسائل الاتصال الحديثة خاصة وأن مشاركتهم تؤدي إلى إنتاج قاعدة معلومات أساسية وأنهم قادرون على التعبير عن حاجاتهم بهدف إيجاد حلول ووسائل لإنتاج ثقافي ميداني. إن تطوير البحث العلمي لا يتم إلا باستفادة ومساهمة أعضائه.
- تلزيم طلاب العلاقات العامة بالقيام وتنظيم النشاطات في مختلف كليات الجامعة اللبنانية وتغطيتها وتصويرها ونقلها من خلال طلاب الصحافة والإعلان اللازم عنها.
- الاستفادة من وسائل الاتصال الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي عبر تحديث الموقع وتشجيع التفاعل والتبادل الثقافي بين مختلف كوادر الطلاب والأساتذة ضمن الكليات نفسها.

خاتمة

د. هيثم قطب نائب رئيس الرابطة
المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية/ الجامعة اللبنانية

في ختام هذا المؤلف الذي ساهم في اغنائه ثلة من الباحثين من مغرب الأمة ومشرقها، لا يسعنا إلا المباركة للرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال على هذا الانجاز الجامع للمهارات العلمية الرفيعة المستوى، والآتية من مختلف المسارات التخصصية من الاعلام والاتصال مروراً باللسانيات وعلم الاجتماع وصولا إلى الفنون الجميلة. صحيح أن أبحاث الكتاب لا تتناول جميع هذه الاختصاصات الدقيقة، إلا أن المشاركين في المؤتمر موضوع كتابنا، قد أتوا من مختلف الاختصاصات الجامعية وشاركوا في المناقشات وساهموا في اغناء الأبحاث المذكورة بنظرة جديدة آتية من مفهوم فتح المسارات العلمية على بعضها البعض كما ذكرنا في مقدمة الكتاب.

وبعد قراءتنا المتمعنة لمجمل الابحاث المنشورة نود ابداء الملاحظات الآتية :

كانت مشاركة الأشقاء الجزائريين الأكبر من حيث العدد. فنثمنها باسمكم والعقبى لسائر الأشقاء.

رصدنا تنوعاً في المنابت الجغرافية للمشاركين من الجامعات العاملة في مختلف الأقطار العربية. وهذه بحد ذاتها شهادة لكم وللرابطة .

لوحظت دينامية الباحثين المشاركين من العراق والأردن.

تأسفنا لغياب الأعضاء الباحثين الفلسطينيين الذين أبدوا الرغبة بالمشاركة ولم يتسنى لهم السفر إلى لبنان لظروف قاهرة.

جمعت بين الأبحاث المقدمة نظرة تشاؤمية لواقع البحث العلمي من مغرب العالم العربي إلى مشرقه من دون استثناء. وهذا الأمر ينبغي أن يكون موضع تأمل وتفكّر وتدبّر .

بالعودة إلى الملاحظة الاخيرة، نود التأكيد على أن هذه المسألة ينبغي ألا تستوجب لدى المشاركين مقولة جلد الذات. فالنقد البناء هو الطريق السليم للنهوض بالبحث العلمي، إلا أن التشاؤم لا يخدم رسالتنا البحثية. فالحماس الذي دفع المشاركين إلى تحمّل عناء السفر، وكتابة البحوث التي تطلبت جمع المعلومات وتحليلها والخلوص منها إلى نتائج واستنتاجات، ما هي إلا دلالة على أن البحث العلمي في مجال تخصصنا بخير؛ وأن القائمين به لم يفقدوا الأمل في تجويد أدائهم للنهوض به. إذ إن العنصر البشري الممتلك للكفاءات العلمية العالية متوفر ومتنوع وواعد. وعليه فإنّنا نعول بشدة على تضافر جهودنا الجميع في الرابطة للنهوض بالبحث العلمي من خلال تبادل الخبرات المبنية على الدراسات والتجارب الميدانية والمدعمة بالمسوحات والمرتكزة على أحدث النظريات العلمية ذات الصلة.

ان العدد الكبير من المداخلات القيمة والموثقة حسب الأصول التي وردتنا ومحدودية عدد الصفحات المسموح بها من قبل الناشر، أجبرت الرابطة على اعتماد مبدأ "أبغض الحلال". فاستبعدنا عدداً من المداخلات التي لا تقل قيمة علمية عن نظيراتها، واستنبطنا حلاً علمياً بديلاً تمثل بنشر هذه الأبحاث لاحقاً في مجلة الرابطة.

والى الملتقى الثاني حول "المجتمع الالكتروني ورهانات التنمية في الوطن العربي"، بيروت 28-27 تشرين الثاني 2015.